

Pendampingan Pengelolaan Ai Tools Canva Dalam Mengembangkan Promosi Sanggar Seni Dalam Society 4.0

Rafi'i¹, Novida Irawan², May Rizdiana Santi³, Suswinda Ningsih⁴, Salfhaoctha Friemay Aliefia Poetry⁵, Sri Hesti⁶, Umyy Hanifah⁷, Tri Satria Muhammad⁸, Anastasia Lintang Proborini⁹

^{1,2,3,4,5,7,8,9} Universitas Dian Nusantara

Article History

Received : November 2025

Revised : November 2025

Accepted : Desember 2025

Corresponding author*:

Novida Irawan

Contact:

novida.irawan@dosen.undira.ac.id

Cite This Article:

Rafi'i, Novida Irawan, Santi, M. R., Ningsih, S., Poetry, S. F. A., Hesti, S., ... Proborini, A. L. (2025). Pendampingan Pengelolaan AI Tools Canva dalam Mengembangkan Promosi Sanggar Seni dalam Society 4.0. Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin, 4(03), 47–53.

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jammu.v4i0.3.2519>

Abstract: Communication skills in the current era of globalization are moving across generations, almost all components of the social environment of society. The ability to manage and develop useful content in the promotion of art studios requires knowledge of several elements of knowledge in the field of media personal branding, and marketing products in the field of theatre arts has become an unavoidable need today. These skills can develop personal qualities and improve the image and reputation of self and the organization of art groups. And it is expected to support overall success in the future. However, many individuals still do not realize the importance of these skills. The community service program in the form of communication science training in the utilization of developments in communication technology aims to increase this awareness, especially in the non-formal education environment among art studios.

Keywords: Communication, Media Branding, AI Tools, Creative Thinking.

Abstrak: Keterampilan berkomunikasi di era globalisasi saat ini bergerak lintas generasi, hampir seluruh komponen Lingkungan sosial Masyarakat. Kemampuan untuk mengelola dan menumbuhkan konten yang bermanfaat dalam promosi Sanggar seni, perlu mengetahui beberapa unsur pengetahuan bidang Media Personal Branding dan Marketing Product bidang Seni Teater menjadi kebutuhan yang tidak terelakkan saat ini. Keterampilan ini dapat mengembangkan kualitas pribadi, meningkatkan citra dan reputasi diri dan organisasi kelompok seni. Serta diharapkan dapat menunjang kesuksesan secara keseluruhan di masa mendatang. Namun, masih banyak individu yang belum menyadari mengenai pentingnya keterampilan tersebut. Program pengabdian masyarakat berupa pelatihan ilmu komunikasi dalam pemanfaatan Perkembangan Teknologi Komunikasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tersebut, terutama di lingkungan pendidikan non-formal di kalangan Sanggar seni.

Kata Kunci:

PENDAHULUAN

Memperkenalkan dan memahami ilmu sosial, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi, menjadi aspek penting yang tidak dapat diabaikan. Keahlian seperti Komunikasi Pemasaran, Media Branding, dan Komunikasi Kreatif bukan hanya mendukung pencapaian akademis individu, tetapi juga membantu meningkatkan keterampilan di berbagai bidang di luar pendidikan formal. Menurut Deddy Mulyana, (2014), mengatakan bahwa: Secara etimologis kata komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu communis yang bersumber pada kata communis yang berarti “sama”, communico, communicatio, atau communicare yang berarti “membuat sama” (to make common). Istilah pertama communis paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Komunikasi pemasaran merepresentasikan gabungan semua elemen dalam bauran pemasaran, yang memfasilitasi pertukaran untuk sekelompok pelanggan, posisi merek yang membedakan dengan merek pesaing dengan menciptakan suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggannya. Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa, “Marketing communications are means by which firms attempt to inform, persuade, and remind consumers – directly or indirectly – about the products and brands they sell”. Artinya, Komunikasi pemasaran adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk

menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.

Kesenian dan kebudayaan merupakan bagian integral dari identitas suatu bangsa atau masyarakat. Seni dan budaya dapat mencakup berbagai aspek seperti seni rupa, musik, tari, sastra, arsitektur, adat istiadat, dan lain-lain. Di Indonesia, seni dan budaya memiliki peran penting sebagai warisan kekayaan budaya yang harus dilestarikan dan dijaga agar tidak punah. Namun, perkembangan teknologi yang semakin pesat dapat menjadi tantangan bagi pengembangan seni dan budaya. Teknologi dapat membuat masyarakat lebih tertarik pada media digital seperti film, musik digital, dan game, sehingga menurunkan minat pada seni tradisional. Selain itu, aksesibilitas yang lebih mudah ke berbagai jenis hiburan digital membuat masyarakat lebih sulit untuk mencari dan menemukan seni tradisional yang sesuai dengan minat mereka.

Pemanfaatan teknologi virtual dalam pemasaran seni di Indonesia masih terbatas. Meskipun internet telah menjangkau hampir seluruh daerah, penggunaan digitalisasi dalam seni pertunjukan rakyat belum optimal. Banyak kalangan akademisi telah memperdebatkan dan mengusulkan konsep digitalisasi untuk seni pertunjukan rakyat sebagai upaya modernisasi, namun hanya sebagian kecil pemilik seni pertunjukan yang mampu memanfaatkan internet dan gadget untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan khalayak luas (Novianto et al., 2022).

Meskipun sebagian pelaku seni pertunjukan rakyat telah menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan aplikasi digital lainnya, penggunaannya belum terkoordinasi secara terpadu. Oleh karena itu, penggunaan teknologi dalam pengembangan seni dan budaya sangat penting. Teknologi dapat digunakan sebagai media promosi dan pemasaran untuk memperkenalkan seni dan budaya kepada masyarakat yang lebih luas. Selain itu, teknologi juga dapat digunakan sebagai media pembelajaran dan pengembangan keterampilan bagi para seniman dan penggiat budaya.

Beragam individu berbakat yang kurang mendapat bimbingan bidang Ilmu Komunikasi dalam kaitan kepada Digital Komunikasi di Society 4.0, melihat potensi besar mereka untuk meraih prestasi diluar konteks formal sangat besar. Seperti salah satunya pada Komunitas penggiat seni sanggar Insani Teater Cilincing Jakarta Utara. Terdapat peluang besar untuk meningkatkan keterampilan bidang Ilmu Komunikasi di wilayah ini. Namun, kesadaran mengenai pentingnya keterampilan tersebut mungkin masih rendah, untuk mendukung pengembangan potensi tersebut, diselenggarakan Pelatihan Ilmu Komunikasi di sanggar Insani Teater Cilincing Jakarta Utara.

Relevansi dalam kegiatan ini bahwasannya adalah tim Pengabdian kepada Masyarakat menyelenggarakan pelatihan Ilmu Komunikasi dan Ekonomi Kreatif di kalangan Komunitas sanggar seni Jakarta Utara, dalam hal ini siswa-siswi Sanggar Insani Teater Cilincing, yang tidak hanya membekali siswa dan guru dengan keterampilan komunikasi dasar, tetapi juga mengaitkannya dengan konteks ekonomi kreatif lokal. Materi pelatihan meliputi Media Branding, AI Tools, dan Creative Thinking. Dalam bidang Komunikasi, yang semuanya diarahkan untuk mendukung pengembangan produk budaya lokal yang bernilai ekonomi.

Berdasarkan hal tersebut, maka tim Pengabdian Masyarakat melakukan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi komunikasi di kalangan civitas akademika muda serta penggiat komunitas seni, di sanggar Insani Teater Cilincing Jakarta Utara. Melalui pelatihan ini, solusi yang diberikan adalah membuka wawasan, pendampingan, dan evaluasi mengenai komunikasi dalam komunitas seni, Media Personal Branding, Komunikasi Pemasaran, dan Entrepreneurship bidang Komunikasi. Pelatihan ini diharapkan menciptakan lingkungan yang lebih inklusif serta mendukung pengembangan kemampuan Komunikasi secara holistic yang pada akhirnya dapat mendorong prestasi di berbagai bidang dan berdampak positif bagi kesuksesan peserta di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Program pemberdayaan ekonomi kreatif melalui pendekatan komunikasi harmonis berbasis budaya lokal dilaksanakan di Islamic Center Jakarta Utara, dan diikuti oleh para guru, mentor, serta siswa-siswi Sanggar Insani Teater Cilincing, Jakarta Utara, yang berlokasi di Islamic Center Jakarta Utara, Jl. Kramat Jaya Raya No.1, RT.6/RW.1, Tugu Utara, Kec. Koja, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14260. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan metodologis kualitatif, yang dipahami sebagai teknik penelitian yang memanfaatkan informasi deskriptif dari perilaku dan subjek yang diamati (Suharto & Burhan, 2024), baik dalam bentuk lisan maupun tertulis. Fokus kegiatan dilaksanakan

*Rafi'i, Novida Irawan, May Rizdiana Santi, Suswinda Ningsih,
Salfhaoetha Friemay Aliefia Poetry, Sri Hesti, Ummy Hanifah,
Tri Satria Muhammad8 Anastasia Lintang Proborini*

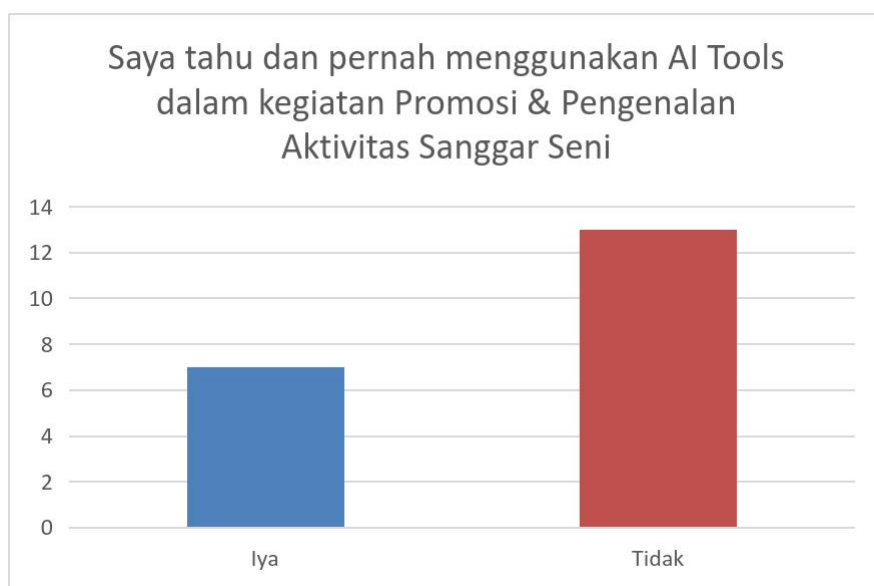
dalam tiga tahapan utama, yaitu: (1) pelaksanaan survei dan koordinasi awal dengan pihak sekolah dan mitra kegiatan; (2) persiapan materi serta kebutuhan logistik pendukung; dan (3) pelaksanaan pelatihan ilmu komunikasi secara bertahap selama dua hari.

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa pemberian materi pembelajaran melalui pendekatan tatap muka yang dirancang secara terstruktur. Kegiatan ini dilaksanakan hari Sabtu 29 November 2025, pukul 13.00–15.30 WIB, dengan menggunakan metode pembelajaran interaktif. Proses ini melibatkan partisipasi aktif dari Siswa-siswi Sanggar Insani Teater Cilincing, Guru-guru, Anggota sanggar Insani Teater Cilincing serta panitia pelaksana. Seluruh rangkaian kegiatan pengabdian telah melalui tahapan perencanaan dan pelaksanaan yang disepakati bersama oleh pihak terkait guna memastikan relevansi dan efektivitas kegiatan terhadap kebutuhan mitra.

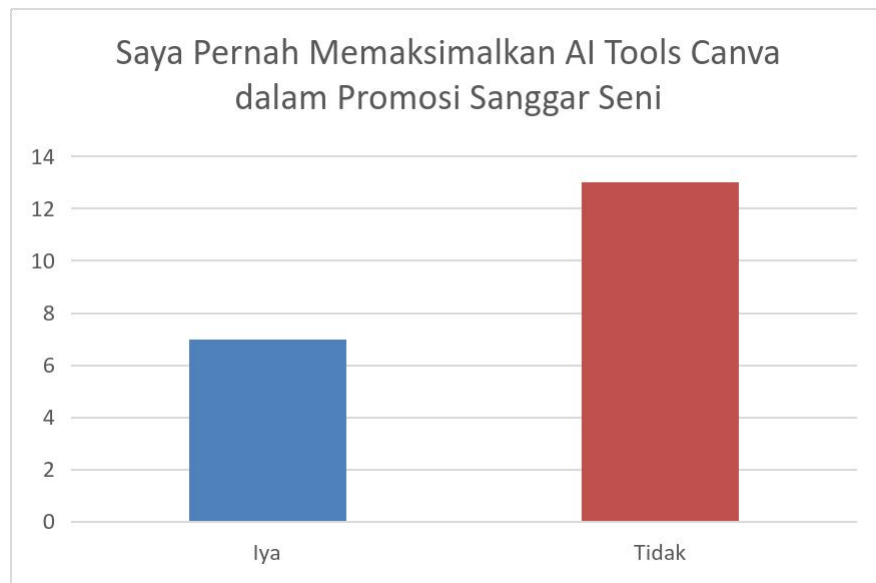
Tahap pertama yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah analisis kebutuhan melalui proses sosialisasi kepada pihak pengelola sanggar Insani Teater Cilincing, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pembelajaran yang relevan guna menambah wawasan peserta didik. Pada tahap ini, tim peneliti melakukan kunjungan langsung ke sekolah dan melakukan diskusi bersama kepala sekolah serta staf terkait untuk memperoleh informasi mengenai aspek-aspek pembelajaran yang perlu ditingkatkan sesuai dengan konteks dan kebutuhan institusi pendidikan tersebut. Setelah melalui tahap sosialisasi dan analisis awal, tahap selanjutnya adalah perancangan program serta penyusunan materi yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik sekolah mitra oleh tim pengabdian. Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman pembelajaran yang menyenangkan dan relevan, khususnya mengingat karakteristik peserta dari Insani Teater Cilincing yang merupakan bagian dari generasi Z, yaitu generasi yang sangat akrab dengan perkembangan teknologi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan survei lapangan oleh tim kolaborasi pengabdian masyarakat Universitas Dian Nusantara, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Universitas Gunadarma dan STIKOM Prosia di Sanggar Insani Teater Cilincing, Jakarta Utara pada tanggal 14 Juni 2025, kemudian disepakati untuk melakukan Kerjasama PKM Bersama mitra Insani Teater Cilincing Jakarta Utara untuk melanjutkan realisasi kegiatan yang berlangsung pada hari Sabtu 29 November 2025, pukul 13.00–15.30 WIBs. Tim Pengabdian Pada Masyarakat kolaborasi yang terdiri dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dari beberapa Perguruan Tinggi yaitu Universitas Dian Nusantara, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Universitas Gunadarma dan STIKOM Prosia, juga menyebarkan survey mengenai urgensi materi Ilmu Komunikasi dan ilmu ekonomi kreatif terhadap pengetahuan dari komunitas penggiat seni sanggar Insani Teater Cilincing Jakarta Utara.



Tabel 1. Hasil Pre-test survey Target PKM Kolaborasi sanggar Insani Teater Cilincing Jakarta Utara (Sumber: Olahan data Pribadi)



Tabel 2. Hasil Pre-test survey Target PKM Kolaborasi sanggar Insani Teater Cilincing Jakarta Utara (Sumber: Olahan data Pribadi)

Kegiatan diawali dengan memberikan sekilas gambaran dasar kegiatan PKM berdasarkan landasan Tridarma Perguruan Tinggi, untuk senantiasa aktif dalam memberikan edukasi positif dan nilai lebih pada kelompok masyarakat tertentu, juga memberikan motivasi agar para peserta kegiatan PKM Undira dapat antusias dan memperhatikan materi yang diberikan oleh Para Dosen-dosen yang turut serta pada kegiatan PKM Kolaborasi antara Universitas Dian Nusantara, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Universitas Gunadarma dan STIKOM Prosia, juga menyebarkan survey mengenai urgensi materi Ilmu Komunikasi dan ilmu ekonomi kreatif terhadap pengetahuan dari komunitas penggiat seni sanggar Insani Teater Cilincing Jakarta Utara.



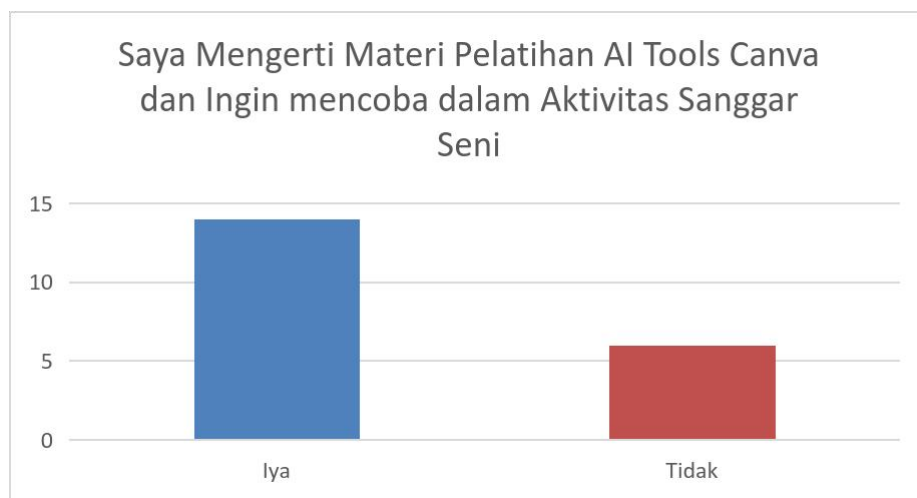
Gambar 1. Aktifitas dalam PKM Kolaborasi Ilmu Komunikasi Undira 2025 (Sumber: Data Pribadi Penulis)

Pada sesi utama pemaparan materi PkM oleh Dosen-dosen Undira, dan STIKOM Prosia membahas mengenai seputar Media Branding, dan *New media AI tools* Memperhatikan peran *New media AI tools* dalam membangun konten dan promosi strategis pada aktivitas Sanggar Seni dimana memperluas pengetahuan peserta kegiatan terhadap penggunaan teknologi kecerdasan buatan AI sebagai alat sederhana namun sangat bermanfaat pada kegiatan Sanggar. *Tips* dan *Trick* dalam memaksimalkan *Ai tools* untuk sebesar-besarnya eksistensi diri dalam hubungan individu didalam aktivitas mereka pada media social secara khusus dan sebagai insan seni khusus seni pertunjukan ketika nanti akan terjun ke dunia Industri maupun penampilan secara mandiri.

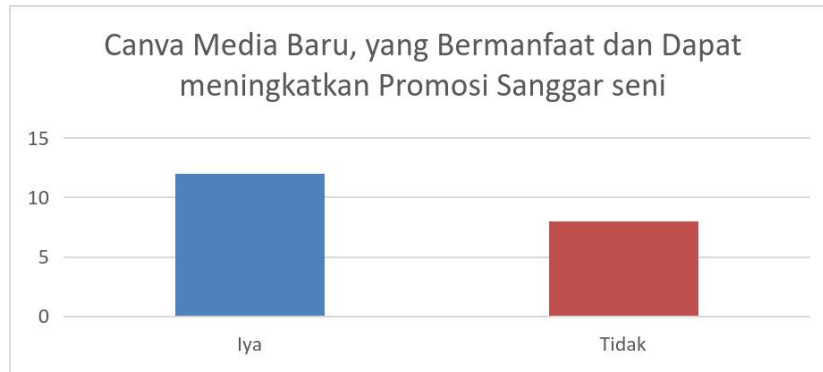
Media sosial memberikan peluang bagi seniman untuk membangun merek pribadi (personal branding) secara konsisten, menciptakan identitas digital yang memperkuat positioning mereka dalam pasar seni global (Marwick, 2013)., yang dapat menjadi promosi digital marketing dalam dunia seni, yang nantinya video dan foto dapat digunakan dalam keperluan dan tujuan promosi pada seluruh aspek diri peserta sanggar. Dalam *Design Thinking* terdapat beberapa Proses berfikir, yakni: Emphatize, Define, Ideate, Prototype, dan Uji Tes.

Di era digital saat ini, penerapan teknologi informasi dalam proses pembelajaran menjadi sangat penting. Media pembelajaran tradisional tidak lagi mampu memenuhi kebutuhan dan karakteristik generasi digital saat ini (Sampoerna et al., 2022). Oleh sebab itu, inovasi dalam penggunaan media pembelajaran yang interaktif dan menarik diperlukan untuk meningkatkan motivasi dan hasil belajar siswa. Pemanfaatan media pembelajaran akan memberikan manfaat yang optimal jika peserta didik dapat menyesuaikan dengan gaya pembelajaran masing-masing. Selain itu, pendidik juga perlu selalu mengikuti perkembangan teknologi. Semakin majunya penggunaan alat-alat dalam media pembelajaran akan semakin memberikan dampak positif pada kegiatan pembelajaran di sekolah (Singh & Hashim, 2020).

Meskipun Canva memiliki banyak keuntungan, belum banyak sanggar kesenian yang memanfaatkannya dalam kegiatan pengembangan kreativitas dan promosi karya seni. Diperlukan upaya untuk mengenalkan Canva dan memberikan pelatihan penggunaan Canva kepada para penggiat seni di sanggar kesenian. Dengan demikian, diharapkan para penggiat seni dapat memanfaatkan Canva sebagai media pembelajaran dan alat promosi yang efektif, sehingga dapat meningkatkan kualitas karya seni dan daya jual produk seni yang dihasilkan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan memberikan pelatihan penggunaan Canva di sanggar kesenian sebagai upaya untuk memperkenalkan Canva sebagai aplikasi desain grafis yang mudah digunakan dan dapat membantu meningkatkan kualitas karya seni



Tabel 3. Hasil Post-test survey Target PKM Kolaborasi sanggar Insani Teater Cilincing Jakarta Utara
(Sumber: Olahan data Pribadi)



Tabel 4. Hasil Survey KepuasanTarget PKM Kolaborasi sanggar Insani Teater Cilincing Jakarta Utara (Sumber: Olahan data Pribadi)



Gambar 2. Foto Bersama Mitra Sanggar Seni Insani Teater Cilincing Jakarta Utara (Sumber: Data Pribadi Penulis)

KESIMPULAN

Peserta PKM Kolaborasi Ilmu Komunikasi dan Ekonomi Kreatif Universitas Dian Nusantara, Universitas Prof. Dr. Moestopo, dan STIKOM Prosia 2025 yaitu kelompok Seni, Sanggar seni Insani Teater Cilincing Jakarta Utara telah diberikan pembekalan yang terbaru dan komperhensif tentang bagaimana cara mengetahui, membuat dan memahami konsep Membentuk konten AI tools, Media Branding, dan Creative Thinking, dalam pengembangan Teknologi Digital Komunikasi di Bidang penggiat Seni melalui Website, Media Sosial, dan Instagram. Program PkM ini memberikan wawasan yang luas pada Siswa-siswi untuk selalu mengedepankan untuk mengembangkan diri dan tidak membatasi diri untuk terus menjadi pribadi yang lebih kreatif, ekspresif dan terus berkarya.

Penggunaan AI tools dalam rangka menjaga keberlangsungan seni dan budaya di Indonesia, penggunaan teknologi dalam pengembangannya menjadi sangat penting. Dengan menggabungkan antara seni dan budaya dengan teknologi, maka diharapkan seni dan budaya di Indonesia dapat terus berkembang dan tetap relevan dengan kondisi saat ini. Sanggar seni menjadi salah satu tempat yang sangat penting bagi masyarakat untuk mengembangkan bakat seni dan kreativitas.

Di Sanggar seni, para penggiat seni dapat belajar dan menciptakan berbagai karya seni yang nantinya akan dipamerkan atau dijual di pasar. Namun, di era digital saat ini, sanggar kesenian juga harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap relevan dan menarik bagi para pelanggan atau masyarakat. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh sanggar kesenian adalah aplikasi desain grafis Canva. Canva adalah aplikasi desain grafis online yang sangat populer dan mudah digunakan oleh siapa saja. Penggunaan Canva dapat mempermudah pembuatan desain grafis dengan cepat dan mudah tanpa harus memiliki keterampilan desain yang rumit (Annissa & Wikarya, 2022).

Oleh karena itu, Canva sangat cocok untuk digunakan di sanggar kesenian sebagai alat untuk mengembangkan kreativitas dan mempromosikan hasil karya seni. Dalam penggunaannya, Canva juga dapat membantu para penggiat seni untuk meningkatkan kualitas desain grafis yang mereka buat, sehingga lebih menarik dan dapat meningkatkan daya jual produk seni yang dihasilkan. memungkinkan seniman untuk menjangkau audiens lintas budaya.

Konten bermuatan nilai Seni harus mempertimbangkan makna universal dan sensitivitas lokal. Pentingnya umpan balik dalam komunikasi digital terlihat dalam Tampilan menarik, dan Penggunaan simbol hingga gambar yang layak. Data ini digunakan untuk mengevaluasi efektivitas konten dan menyesuaikan strategi selanjutnya. Kredibilitas sumber juga menjadi bagian dari teori komunikasi. Konten yang dipublikasikan oleh akun resmi atau seniman yang terpercaya cenderung lebih dipercaya dan dibagikan audiens.

Melalui pembelajaran tentang cara membuat ulasan yang tepat terhadap aktifitas berkesenian dengan mengedepankan cerita-cerita, budaya dan kebiasaan hidup aktifitas keseharian di Sanggar seni mereka, tentu hal ini penting untuk memfasilitasi keberlangsungan pengetahuan tentang menghidupkan dan melestarikan unsur kesenian bagi masyarakat umum. Keseluruhan kegiatan ini sangat mengandung dorongan positif untuk memperkuat sisi intelektual para Guru-guru dan Siswa-siswi Sanggar seni Insani Teater Cilincing dan meningkatkan daya saing dari banyaknya keberagaman ide hingga interest dari masing-masing insan penggiat seni yang akhirnya mempunyai Unique Selling Product sendiri atau ciri khas masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Annissa, A., & Wikarya, Y. (2022). Penggunaan Media Canva Untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Hasil Belajar Siswa. *Jurnal Pustaka Data (Pusat Akses Kajian Database, Analisa Teknologi, Dan Arsitektur Komputer)*, 2(2), 90–94. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakadata.v2i2.307>
- [2] Deddy Maulana, (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hal 46.
- [3] Marwick, A. E. (2013). *Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. Yale University Press.
- [4] Novianto, W., Murtono, T., & Hudha, T. (2022). Pemasaran Seni Pertunjukan Rakyat Di Indonesia Melalui Platform Digital Senipedia. *Com. Acintya*, 14(2), 194–204. <https://jurnal.isiska.ac.id/index.php/acintya/article/view/4575%0Ahttps://jurnal.isiska.ac.id/index.php/acintya/article/download/4575/3438>
- [5] Suharto, & Burhan, U. (2024). Optimalisasi Fungsi Perpustakaan untuk Mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) di Desa Roomo. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 3(3), 22–27. <https://doi.org/https://doi.org/10.56127/jammu.v3i3.1707>
- [6] Sampoerna, S. T., Rahardja, U., Mardiana, Devana, V. T., & Lestari Santoso, N. P. (2022). Pelatihan Inovasi Media Pembelajaran iLearning 2.0 Sebagai Pengabdian Masyarakat Terhadap Pendidikan Tinggi. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 46–55. <https://doi.org/10.34306/adimas.v2i2.567>.
- [7] Singh, P. K. P., & Hashim, H. (2020). Using Jazz Chants to Increase Vocabulary Power among ESL Young Learners. *Creative Education*, 11(03), 262–274. <https://doi.org/10.4236/ce.2020.113020>
- [8] Burhanuddin, Radyta A., Rafi'i, Wahjono, Dani Siswardhani., et al. JURNAL PKM PENGABDIAN MASYARAKAT KOLABORASI “KOMUNIKASI HARMONI DALAM SOCIETY 4.0” DALAM MEWUJUDKAN“ PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL YANG MEMILIKI UNSUR POSITIF PADA SEMUA KALANGAN”. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin. Jammu Vol. 4 No. 2 Agustus 2025*. Hal 59-64. <https://doi.org/10.56127/jammu.v4i2.2239>
- [9] Burhanuddin, R. A., Rosalina, I. F., & Wahjono, D. S. (2024). Pembelajaran Komunikasi Antar Pribadi dalam Industri Hospitality pada Siswa SMK Krisanti Jakarta. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 475–486. <https://doi.org/10.30605/dedikasi.v3i2.14465>