

## Penggunaan Aplikasi Editing untuk Fasilitas Marketing

Fitria Eriyanti Putri <sup>a,1</sup>, Inayatul Rizqiana <sup>a,2</sup>, Jelita Ayu Melani <sup>a,3</sup>, Sarah Zeva <sup>a,4</sup>, Masduki Asbari <sup>a,5\*</sup>, Dewiana Novitasari <sup>a,6</sup>, Budi Haryanto <sup>a,7</sup>, Jainuri<sup>a,8</sup>, Suroso <sup>a,9</sup>

<sup>a</sup> Universitas Insan Pembangunan Indonesia, Indonesia

\*Corresponding author: [jurnalku9@gmail.com](mailto:jurnalku9@gmail.com)

ARTICLE INFO	ABSTRAK
<p><b>Article history</b> Received: Jan 2023 Revised: Feb 2023 Accepted: Feb 2023 Published: Feb 2023</p> <p><b>Keywords</b> <i>System Approach</i> <i>Learning</i> <i>management</i> <i>Management</i> <i>Information System</i></p>	<p>Perkembangan teknologi menghasilkan sarana yang semakin canggih, yang dapat digunakan sebagai media dalam perkembangan bisnis berorientasi kepuasan pelanggan. Salah satu bentuk integrasi teknologi tersebut adalah dalam praktik pemasaran menggunakan strategi digital marketing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji secara konseptual mengenai strategi digital marketing berbasis aplikasi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Metode penyuluhan ini dilakukan dengan metode presentasi di dalam kelas dengan objek mahasiswa. <i>Digital Marketing</i> merupakan solusi bagi masyarakat pelaku UMKM untuk melakukan kegiatan pemasaran digital meskipun terkendala dalam penggunaan aplikasi editing dan sosial media, keterbatasan dalam mengaplikasikan media digital tidak membuat pelaku UMKM putus ada dalam penjualan. Pelaku UMKM juga bisa melakukan pemasaran melalui status WhatsApp yang menurut mereka sangat mudah untuk diterapkan dan mudah untuk berkomunikasi. <i>Digital Marketing</i> merupakan sebuah bentuk kegiatan pemasaran produk di media sosial dengan menggunakan banyaknya aplikasi yang telah tersedia di Internet untuk berkembang, <i>Digital marketing</i> juga dapat memberikan pengetahuan untuk menjangkau target pemasaran secara luas sehingga kegiatan tersebut dapat memanfaatkan Aplikasi digital atau media sosial menjadi media pemasaran produk pelaku UMKM untuk berkembang. Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil diskusi menyatakan bahwa integrasi strategi digital marketing berbasis aplikasi dalam sebuah bisnis memerlukan Analisis faktor internal dan eksternal untuk menentukan strategi digital marketing yang paling tepat. Strategi tersebut pada intinya merupakan bentuk pemasaran yang menekankan komunikasi merek untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara teoritis, strategi digital marketing berbasis aplikasi tidak hanya dapat mempengaruhi kepuasan merek, namun dapat juga menyebabkan meningkatnya kepercayaan merek dan loyalitas mereka.</p>

## PENDAHULUAN

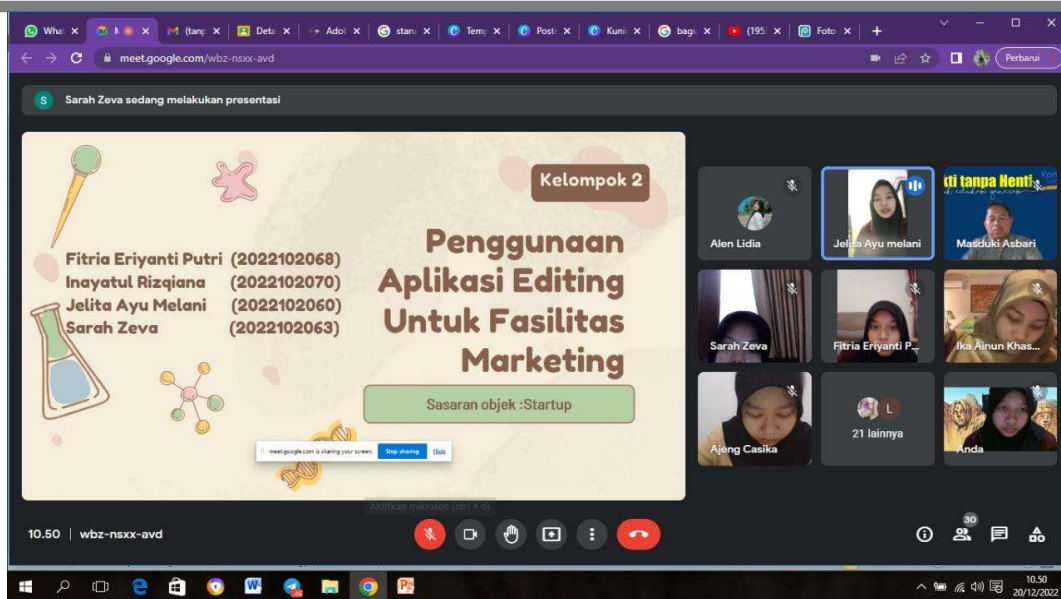
Upaya untuk mendapatkan perhatian dan mempertahankan pelanggan merupakan salah satu hal yang sangat penting untuk dilakukan di tengah dunia bisnis yang semakin kompetitif. Semua pelaku bisnis selalu berusaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pemenuhan atas harapan dan kebutuhan demi mendapatkan penambahan profitabilitas usaha (Nayebzadeh, Jalaly, & Shamsi, 2013). Kepuasan pelanggan dipahami sebagai bentuk tanggapan pelanggan atas atribut dan utilitas dari sebuah produk atau jasa. Ketika pelanggan merasa bahwa harapan dan kebutuhannya terpenuhi ketika menggunakan sebuah produk atau jasa, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, ketika pelanggan mendapatkan pengalaman bahwa manfaat yang diberikan sebuah produk atau jasa tidak dapat memenuhi harapannya, maka pelanggan akan merasakan ketidakpuasan (Asbari et al., 2022; Fayzhall, Asbari, et al., 2020; Fayzhall, Ariyanto, et al., 2020; Fikri et al., 2021; Jumiran, 2020; Jumiran et al., 2020; Novitasari et al., 2020; Novitasari, Asbari, et al., 2021; Nuryanti et al., 2020; Sutardi et al., 2020; Yuwono Novitasari, D., Hutagalung, D. & Sasono Silitonga, N., & Asbari, M., 2020; Yuwono, Novitasari, Asbari, et al., 2020; Yuwono, Novitasari, Hutagalung, et al., 2020).

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari akumulasi pengalaman yang didapatkan pelanggan atas penggunaan sebuah produk atau jasa, dimana kepuasan tersebut dapat berubah dari satu pengalaman pengalaman selanjutnya. Hal ini menjadikan upaya untuk memenuhi kepuasan pelanggan sebagai sebuah upaya yang harus dilakukan secara berkelanjutan serta membutuhkan adanya kreativitas tinggi untuk memunculkan variasi dan keunikan yang semakin menambah ragam pengalaman pelanggan demi menjaga pemenuhan atas kepuasan pelanggan (Ayu et al., 2022; Novitasari et al., 2022). Hasil dari upaya yang dilakukan oleh para pelaku bisnis dalam hal ini memunculkan banyak jenis produk dan jasa yang memberikan variasi pilihan bagi pelanggan, sehingga pelanggan dapat memilih dan membandingkan antara satu produk dengan produk lain untuk digunakan sesuai dengan kriteria yang diinginkan.

Meningkatnya keragaman dan jumlah produk dan jasa di pasar menyebabkan produsen atau pihak penjual mengalami kompetisi yang semakin ketat, yang menuntut upaya yang semakin keras melalui berbagai penerapan strategi bisnis untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan yang semakin meningkat adalah strategi bisnis yang mampu mengakomodir kriteria pasar melalui pemanfaatan berbagai jenis sarana dan prasarana yang juga semakin maju dan berkembang (Asbari & Novitasari, 2021; Hutagalung et al., 2021; Novitasari, Hutagalung, et al., 2021; Pramono et al., 2021; Suroso et al., 2021; Tiara et al., 2021). Salah satu strategi tersebut adalah strategi dalam aspek pemasaran menggunakan alat digital atau dikenal dengan digital marketing, yaitu metode pemasaran yang dilakukan menggunakan bantuan instrumen digital, utamanya internet beserta beragam aplikasi yang terdapat di dalamnya dan peralatan yang mendukung penggunaan media tersebut, yang memungkinkan terciptanya sebuah jaringan atau keterhubungan dengan banyak pihak, dalam hal ini antara produsen/penjual dengan pelanggan, tanpa dibatasi oleh jarak, waktu, dan tempat.

## METODE

Kegiatan penyuluhan ini dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi pada media zoom meeting (Google Meet). Jumlah peserta yang hadir  $\pm$  30 orang yang terdiri dari unsur mahasiswa/mahasiswi salah satu perguruan tinggi swasta di Tangerang.



**Gambar 1: Paparan Narasumber Webinar**

*Sumber: Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan oleh Penulis (2022)*

Kegiatan penyuluhan ini dengan tema “Penggunaan Aplikasi Editing untuk Fasilitas Marketing” sebagai solusi guna untuk memudahkan strategi dalam pemasaran suatu brand di era digitalisasi seperti saat ini, dengan menggunakan video marketing yang dapat membangun hubungan jangka panjang dan terpercaya dengan pelanggan dan mitra bisnis untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 20 Desember 2022 yang dimulai pukul 10.30 WIB sampai dengan pukul 11.30 WIB.



**Gambar 2: Partisipan zoom meeting**

*Sumber: Pelaksanaan Kegiatan Penyuluhan oleh Penulis (2022)*

Sedangkan terkait media yang digunakan pada kegiatan ini adalah media *zoom meeting* dengan metode penyampaian materi dengan metode ceramah atau diskusi antara narasumber dan peserta. Kegiatan ini terbagi atas dua sesi, sesi pertama adalah penyampaian materi oleh pembicara dan sesi kedua adalah diskusi dan tanya jawab antara peserta dan pembicara.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada masa sekarang, media sosial telah menjadi suatu alat penting untuk menghubungkan teman dan kerabat, atau dengan slogannya yang terkenal yaitu *connecting people* di berbagai belahan bumi manapun. Masyarakat mudah menggunakan sosial media untuk menghubungkan dan membagi berbagai konten, baik itu video, foto, maupun artikel kepada para kolega dan teman melalui berbagai platform sosial media. Digital marketing atau kegiatan mengenalkan suatu produk dan juga mencari konsumen dan pelanggan baru dengan menggunakan berbagai platform teknologi informasi internet, salah satunya adalah dengan menggunakan media sosial. Ada berbagai keuntungan yang dapat ketika seorang pengusaha memutuskan untuk memanfaatkan media sosial dalam usahanya. Pemasaran digital yang didesain sedemikian rupa dapat dimanfaatkan oleh para penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi dan berinteraktif. Para konsumen atau pembeli dapat melihat detail informasi tentang suatu produk yang ditawarkan melalui media sosial, sehingga mempermudah konsumen dalam melakukan pencarian produk yang diinginkannya. Pemasaran digital mampu menjangkau semua lapisan masyarakat kapanpun dan dimanapun tanpa melihat lagi geografis dan status sosial. Konsumen dapat dengan mudah melakukan transaksi jual beli terhadap penjual produk dan menentukan keputusan pembeliannya dengan sangat mudah melalui media sosial yang sudah banyak berkembang dengan bebas tanpa harus bertatap muka secara langsung. Sebagian besar pelaku UMKM setempat belum menjalankan usahanya dengan sistem digital marketing. Kurangnya pengetahuan mengenai kelebihan-kelebihan dengan penggunaan sistem tersebut, membuat warga enggan untuk sekedar mencoba. Terlebih lagi, kurang adanya SDM yang mumpuni dalam bidang tersebut, sehingga tidak dapat memotivasi warga untuk menjalankan pemasaran secara online atau digital marketing. Dengan menggunakan aplikasi editing canva dan adobe premiere pro akan memudahkan untuk memasarkan produk-produk yang akan di produksi kepada masyarakat sehingga mempunyai value barang yang tinggi.

### Aplikasi editing Canva



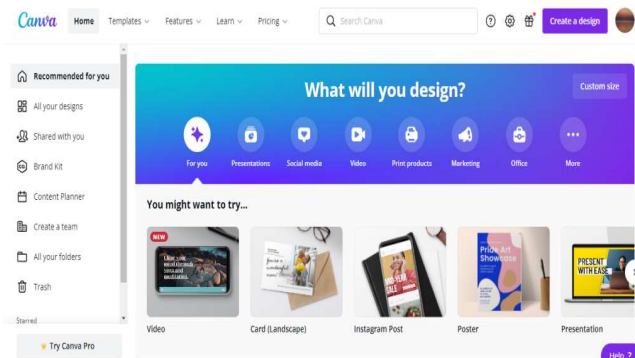
**Gambar 1.1** Aplikasi Canva

sumber: <https://www.canva.com>

Pada gambar 1.1 menjelaskan bahwa aplikasi canva platform desain canggih dan mudah yang dapat digunakan oleh tim penjualan untuk berkolaborasi untuk menangani promosi pemasaran. Canva adalah sebuah platform pembuatan desain grafis dan konten publikasi yang lebih mudah dan cepat daripada software grafis lainnya. Tools ajaib ini bisa Anda gunakan secara online melalui browser desktop atau download aplikasi mobile-nya melalui App atau Play Store. Selain itu, ia menawarkan dua versi yaitu versi gratis dan versi berbayar (Pro). Sejak 2013, platform ini berhasil merebut hati lebih dari 60 juta pengguna aktif bulanan dari 190 negara di dunia. Dan dari jutaan orang mengetahui apa itu Canva, sudah lebih dari 7 miliar desain berhasil tercipta. Berkat permasalahan yang Melanie Perkins, Cameron Adams, dan Cliff Obrecht temukan di lapangan bahwa banyak sekali orang yang ingin membuat desainnya sendiri dengan mudah. Hingga pada akhirnya terciptalah

Canva yang mereka kemas dengan prinsip “make complex things simple”. Hingga saat ini, Canva adalah produk utama perusahaan dengan nama serupa dari Perth, Australia yang sudah berekspansi ke Manila, Filipina dan Beijing, China. Adapun berkat popularitasnya dan performanya sebagai tools easy-to-use, platform ini berhasil mendapatkan tiga penghargaan bergengsi, berikut ini detailnya.

### Fitur yang tersedia pada aplikasi editing Canva



**Gambar 1.2** Fitur Canva  
sumber : <https://www.canva.com>

Pada gambar 1.2 menjelaskan tentang fitur- fitur yang tersedia di aplikasi canva, sebagai platform pembuatan desain, Canva memiliki segudang tools dan fitur yang akan memanjakan penggunanya. Selain cukup powerful, fitur-fitur ini mudah untuk orang awam pahami dan gunakan sehingga siapapun bisa jago mendesain dalam hitungan menit. Berikut ini adalah fitur-fitur andalannya, Tersedia 750.000+ Template, Ada 900+ Ilustrasi dan Icon, PDF Editor, Canva Live, Text Customization, Canva Teams, Grid Desain dan Foto, Desain Frame.

### Kelebihan aplikasi Canva

Manfaat pertama Canva adalah kemudahan aksesnya dapat diakses melalui situs Canva.com, platform ini juga dapat diunduh untuk Windows, Android, dan iOS. Kedua, Penampilan sederhana tapi lengkap. Ketiga, Banyak template yang tersedia, live editing. Keempat, Kaya fitur, karena Canva kaya akan fitur canva menyediakan template, latar belakang, foto dan gambar gratis dan premium, unduhan foto, video, PDF dalam font, pembuat logo, grafik, dan fitur untuk menambahkan elemen platform seperti Emoji, Giphy, Pixton, TINT ke YouTube. Kelima, Desain grafis dapat diunduh dan dibagikan dalam berbagai format. Keenam, Tidak diperlukan ruang penyimpanan. Ketujuh, Fungsi simpan otomatis tersedia.

### Kekurangan aplikasi Canva

Kekurangan dari aplikasi canva pertama, hanya bisa diakses secara online karena berbasis web, Canva hanya bisa diakses secara online. Dengan demikian membutuhkan kuota internet. Kedua, beberapa fitur baru bias diakses dengan akun Premium. ketiga, butuh sinyal internet yang stabil. Keempat, desain video cenderung memakan waktu untuk mengunduh. Kelima, Belum ada fitur insert table untuk membuat slide presentasi. Keenam, beberapa kode warna menjadi buram ketika diunduh.

### Aplikasi editing Adobe Premiere Pro



**Gambar 1.3 Aplikasi Adobe Premiere Pro**

sumber: <https://www.adobe.com>

Pada gambar 1.3 menjelaskan aplikasi editing adobe premiere pro adalah perangkat lunak penyunting video yang dikhususkan untuk membuat rangkaian gambar, *audio* dan *video*. Premiere Pro merupakan rilis-an baru dan sebagai penerus ulang dari Adobe Premiere yang telah diluncurkan sejak 2003. Software editing video ini banyak digunakan oleh rumah produksi video, media televisi, iklan, *broadcasting*, dan perusahaan konten video. Dibanding software editing lainnya, Adobe Premiere menjadi salah satu software edit video yang mudah dipahami dari antarmuka dan fiturnya. Adobe Premiere Pro dapat bekerja sama dengan software multimedia lainnya seperti After Effect untuk menciptakan banyak efek, Adobe Photoshop, serta program utilitas lainnya. Program ini juga memberikan fasilitas *video effects* dan *sound effects*. Bersifat komprehensif dengan program Adobe Creative Cloud lainnya, membuat Adobe Premiere disukai kreator, misalnya untuk menyusun *video event* seperti *company profil*, video klip music, cerita film, pernikahan, dan lainnya.



**Gambar 1.4 Fitur Aplikasi Adobe Premiere Pro**

sumber: <https://www.adobee.com>

Pada gambar 1.4 menjelaskan sebuah fitur aplikasi adobe premiere pro. Fitur unggulan Adobe Premiere Pro yang pertama adalah Color Grading. Fitur ini bisa dibilang yang paling menarik dari Adobe Premiere Pro. Dengan mengandalkan fitur ini, bisa melakukan manipulasi dari warna sebuah video yang menjadi objek editing. Fitur adobe premiere pro adalah Penyesuaian Transisi, Import Effect Transisi Pada Video, Color grading, Audio asset/Adobe Stock Audio, Adobe Premiere Pro Production, Scene edit detection

#### **Kelebihan aplikasi Adobe Premiere Pro**

Pengoperasiannya mudah. Perangkat lunak ini mudah di pakai karena pengenalan fitur dan layout *interface* yang mudah disesuaikan. Salah satunya *workspace* yang menyediakan berbagai kategori dengan ragam fungsi.

Tersedia fasilitas efek. Efek yang bisa diaplikasikan di dalam *software* ini yaitu fasilitas *sound effects* dan *video effects*. Kedua, Kemampuan *timeline* dalam memasukkan *video* dan *audio* ke dalam banyak kolom. Ketiga, Kemampuan membaca berbagai format file video yang akan dijadikan proyek editing. Keempat, Premiere Pro mendukung pembuatan video VR (Virtual Reality) – 360 Derajat. Kelima, Komprehensif, dalam berkolaborasi dengan *software* Adobe lainnya. Misal, kombinasi efek animasi dari After. Effects. Keenam, Bisa memadukan banyak efek yang telah disiapkan, untuk membuat tampilan video lebih kreatif dan komunikatif.

### Kekurangan aplikasi Adobe Premiere Pro

Pertama, Ukuran *software* besar, karena hanya mendukung sistem operasi bertipe 64 bit. Kedua, Tidak hemat penyimpanan hardisk. Ketiga, karena Premiere Pro CC memiliki *space* besar. Keempat, Kurangnya spesifikasi komputer akan membuat terjadinya *crash*. Kelima, Kelemahan dalam penambahan *keyword tagging*, karena terbatas. Keenam, Membutuhkan spesifikasi komputer yang mumpuni (*medium-high-end*).

### KESIMPULAN

Kesimpulan dari penggunaan aplikasi editing untuk fasilitas marketing adalah dapat memudahkan strategi dalam pemasaran suatu brand di era digitalisasi seperti saat ini, dengan menggunakan video marketing yang dapat membangun hubungan jangka panjang dan terpercaya dengan pelanggan dan mitra bisnis untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Dengan adanya digital marketing membantu suatu bisnis menjangkau lebih banyak audiens daripada melalui metode konvensional. Selain dapat menjangkau lebih banyak audiens, digital marketing juga lebih hemat biaya dan terukur. Digital marketing pada strategi pemasaran usaha atau umkm sangat vital, untuk masa sekarang ini. Jika ingin mencapai target penjualan yang lebih maka pihak umkm harus menerapkan digital marketing dilihat dari sekarang, hal ini dikarenakan semua masyarakat (konsumen) sudah menggunakan media sosial dalam kesehariannya. Disamping penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, pemilik umkm juga harus membuat tampilan produknya menarik dan beda dari yang lain sehingga calon konsumen menjadi penasaran dan kemudian ingin membeli produk tersebut. Kita juga membantu pihak umkm dalam me-rebranding seperti logo, foto katalog produk dan lain lain.

### DAFTAR PUSTAKA

- Asbari, M., & Novitasari, D. (2021). Pengaruh Aktivitas Berbagai Pengetahuan dan Mediasi Budaya terhadap Kemampuan Inovasi Guru. *Jurnal Manajemen Dan Supervisi Pendidikan*, 5(1), 50. <https://doi.org/10.17977/um025v5i12020p50>
- Asbari, M., Purwanto, A., & Novitasari, D. (2022). Kepuasan Kerja Guru: Di antara Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional. *Jurnal Pendidikan Transformatif*, 1(1), 7–12.
- AYU, E. M., ADIYANTO, ., & ASBARI, M. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Customer Relationship Management (Crm) Berbasis Web Pada Iifa Interior. *Insan Pembangunan Sistem Informasi Dan Komputer (IPSIKOM)*, 9(2). <https://doi.org/10.58217/ipsikom.v9i2.203>
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebrates Media Perkasa.
- Fachrudin, A. (2017). *Dasar-dasar produksi televisi: Produksi berita, feature, laporan investigasi, dokumenter dan teknik editing*. Kencana.
- Fahminnansih, F., & Rahmawati, E. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis dan Promosi Produk pada Sekolah Islam berbasis Kewirausahaan. *Society: Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 51-58.
- Fayzhall, M., Ariyanto, E., Agistiawati, E., Sudiyono, R. N., Waruwu, H., Goestjahjanti, F. S., Winanti, Yuwono, T., Hutagalung, D., Asbari, M., Fayzhall, M., Ariyanto, E., Agistiawati, E., Sudiyono, R. N., Waruwu, H., Goestjahjanti, F. S., Winanti, & Yuwono, T. (2020). Peran Religiusitas, Kepemimpinan Transformasional, Kepuasan Kerja dan Mediasi Organizational Citizenship Behavior terhadap Kinerja Guru. *EduPsyCouns*:

- Journal of Education, Psychology and Counseling, 2(1), 311–326. <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsyscouns/article/view/483>
- Fayzhall, M., Asbari, M., Purwanto, A., Goestjahjanti, F. S., Yuwono, T., Radita, F. R., Yulia, Y., Cahyono, Y., Suryani, P., Asbari, M., Goestjahjanti, F. S., Winanti, Yuwono, T., Radita, F. R., Nurashia, Yulia, Y., Cahyono, Y., & Suryani, P. (2020). Transformational versus Transactional Leadership: Manakah yang Mempengaruhi Kepuasan Kerja Guru? | EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling. EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling, 2(1), 256–275. <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsyscouns/article/view/463%0Ahttps://ummaspul.e-journal.id/Edupsyscouns/article/download/463/267>
- Fikri, M. A. A., Asbari, M., Hutagalung, D., Amri, L. H. A., & Novitasari, D. (2021). Quo Vadis Motivasi Intrinsik Pegawai: Peran Strategis Kepemimpinan Transformasional dan Kepuasan Kerja. Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan, 3(6), 4025–4040. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1397>
- Hutagalung, D., Novitasari, D., Silitonga, N., Asbari, M., & Supiana, N. (2021). Membangun Inovasi Organisasi: Antara Kepemimpinan Transformasional dan Proses Manajemen Pengetahuan. Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan, 3(6), 4568–4583. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1522>
- Jumiran, Novitasari, D., Nugroho, Y. A., Sutardi, D., Sasono, I., & Asbari, M. (2020). Pengaruh Dimensi Kepemimpinan Transformasional terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional: Studi Kasus pada Dosen Perguruan Tinggi Swasta. EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling, 2(1), 600–621. <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsyscouns/article/view/555>
- Jumiran. (2020). Pengaruh Dimensi Kepemimpinan Transformasional Terhadap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasional. Journal Of Education Psychology and Counseling, 2(1), 600–621. <https://ummaspul.e-journal.id/edupsyscouns/article/view/555%0Ahttps://ummaspul.e-journal.id/Edupsyscouns/article/download/555/311>
- Liu, G. F., Gao, P. C., Li, Y. C., & Zhang, Z. P. (2019, August). Research on the influence of social media short video marketing on consumer brand attitude. In *2019 5th International Conference on Social Science and Higher Education (ICSSHE 2019)* (pp. 433-438). Atlantis Press.
- Mega, S. D. (2012). Penggunaan Aplikasi Adobe Photoshop Dalam Meningkatkan Keterampilan Editing Foto Bagi Anak Tunarungu. *Jurnal Penelitian Pendidikan Khusus*, 1(2).
- Misidawati, D. N., Nurdiana, R., Shofwani, S. A., & Hariyadi, A. (2021). Media Video untuk Meningkatkan Prestasi Belajar Mata Kuliah Manajemen Pemasaran di Masa Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 7(2), 382-388.
- Novitasari, D., Asbari, M., & Sasono, I. (2021). Analisis Pengaruh Religiusitas dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Kerja: Studi Kasus pada Karyawan Industri Manufaktur. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 4(1), 117–130. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i1.268>
- Novitasari, D., Asbari, M., Purwanto, A., Iskandar, J., Sutardi, D., Silitonga, N., & Putra, A. S. (2020). Peran Social Support terhadap Work Conflict, Kepuasan dan Kinerja. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 5(2), 187–202. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30736%2Fjpim.v5i2.350>
- Novitasari, D., Bangun Jeppri Napitupulu, B., Abadiyah, S., Silitonga, N., Asbari, M., Tinggi Ilmu Ekonomi Insan Pembangunan, S., Napitupulu, B. B. J., Abadiyah, S., Silitonga, N., & Asbari, M. (2022). Linking between Brand Leadership , Customer Satisfaction , and Repurchase Intention in the E-commerce Industry. *International Journal of Social and Management Studies*, 03(01), 280–289. <https://ijosmas.org/index.php/ijosmas/article/view/109/90%0A2022-01-18>
- Novitasari, D., Hutagalung, D., Amri, L. H. A., Nadeak, M., & Asbari, M. (2021). Kinerja Inovasi Di Era Revolusi Industri 4.0: Analisis Knowledge-Oriented Leadership Dan Kapabilitas Manajemen Pengetahuan. Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan, 3(4), 1245–1260. <https://edukatif.org/index.php/edukatif/article/view/520>
- Nugroho, N., Napianto, R., Ahmad, I., & Saputra, W. A. (2021). Pengembangan Aplikasi Pencarian Guru Privat Editing Video Berbasis Android. *Jurnal Informasi Dan Komputer*, 9(1), 72-78.
- Nuryanti, Y., Novitasari, D., Nugroho, Y. A., Fauji, A., Gazali, & Asbari, M. (2020). Meningkatkan Komitmen Organisasional Dosen: Analisis Pengaruh Kepemimpinan Perguruan Tinggi dan Kepuasan Intrinsik & Ekstrinsik Dosen. EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling, 2(1), 561–581. <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsyscouns/article/view/551>
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Pramono, T., Asbari, M., Supriatna, H., Nugroho, Y. A., & Novitasari, D. (2021). Rahasia Inovasi Karyawan Wanita di



- Era Digital: Analisis Modal Psikologis dan Dukungan Kepemimpinan. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(2), 312–328. <https://doi.org/10.32534/jv.v16i2.1924>
- Purwanto, A. (2011). Teknik Editing Video dengan Multi Kamera. *Data Manajemen dan Teknologi Informasi (DASI)*, 12(2), 7.
- Rahman, A. F., Kharisma, A. P., & Dewi, R. K. (2018). Rancang Bangun Aplikasi Geofence Marketing Cafe Berbasis Android Studi Kasus: Ice Ah. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN*, 2548, 964X.
- 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.
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Vol. 1). Sah Media.
- Sofyan, A. F., & Purwanto, A. (2020). *Digital Multimedia: Animasi, Sound Editing, & Video Editing: Contoh Kasus dengan Adobe After Effects, Adobe Soundbooth, dan Adobe Premiere Pro*. Penerbit Andi.
- Suroso, S., Riyanto, R., Novitasari, D., Sasono, I., & Asbari, M. (2021). Esensi Modal Psikologis Dosen: Rahasia Kreativitas dan Inovasi di Era Education 4.0. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 5(1), 437–450. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v5i1.1240>
- Sutardi, D., Novitasari, D., Asbari, M., Silitonga, N., Nugroho, Y. A., Hutagalung, D., Mustofa, Chidir, G., Basuki, S., & Yuwono, T. (2020). Pengaruh Work-Family Conflict, Stres Kerja dan Social Support terhadap Kepuasan Kerja: Studi Kasus pada Guru Wanita di Tangerang. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 482–498. <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsycounts/article/view/513>
- Tiara, B., Stefanny, V., Sukriyah, S., Novitasari, D., & Asbari, M. (2021). Inovasi di Era Informasi: Analisis Kepemimpinan Transformasional dan Iklim Etis di Industri Manufaktur. *Edukatif : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 4659–4670. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1540>
- Yuwono Novitasari, D., Hutagalung, D., T., & Sasono Silitonga, N., & Asbari, M., I. (2020). Peran Organizational Justice terhadap Komitmen Organisasional: Analisis Mediasi Kepuasan Kerja Dosen Perguruan Tinggi Swasta. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 582±599. <https://ummaspul.ejournal.id/Edupsycounts/article/vie>. *EduPsyCouns ...*, 2(1), 582–599. <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsycounts/article/view/550>
- Yuwono, T., Novitasari, D., Asbari, M., Sutardi, D., Mustofa, & Asbari, M. (2020). Peran Organizational Commitment terhadap Hubungan Work- Family Conflict dan Kepuasan Kerja Karyawan Wanita di Kota Seribu Industri Tangerang. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 524–540. <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsycounts/article/view/526/303>
- Yuwono, T., Novitasari, D., Hutagalung, D., Sasono, I., Silitonga, N., & Asbari, M. (2020). Peran Organizational Justice terhadap Komitmen Organisasional: Analisis Mediasi Kepuasan Kerja Dosen Perguruan Tinggi Swasta. *EduPsyCouns: Journal of Education, Psychology and Counseling*, 2(1), 582–599. <https://ummaspul.e-journal.id/Edupsycounts/article/view/550>