

LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Program Pengabdian Kepada Masyarakat



**PEMBERIAN PELATIHAN FOTOGRAFI PERIKLANAN BAGI ORANG
TUA SISWA PADA KELOMPOK BELAJAR BINA HAFIDZ CENDIKIA
INDONESIA LENTENG AGUNG - JAKARTA SELATAN**

Pengusul

Ketua : Sendi Eka Nanda (0319059201)
Anggota :
Ahmad Nasher (0306119001)
Evan Saktiandi (0301108702)

UNIVERSITAS GUNADARMA

JAKARTA

2023

**HALAMAN PENGESAHAN
PROGRAM PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

1. JUDUL KEGIATAN : Pemberian Pelatihan Fotografi Periklanan Bagi Orang Tua Siswa Pada Kelompok Belajar Bina Hafidz Cendikia Indonesia Lenteng Agung - Jakarta Selatan

2. NAMA MITRA PROGRAM : Kelompok Belajar Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia

3. KETUA TIM PENGUSUL
Nama Lengkap : Sendi Eka Nanda
NIDN : 0319059201
Program Studi : Komunikasi
Perguruan Tinggi : Universitas Gunadarma
Bidang Keahlian : Komunikasi

4. ANGGOTA TIM PENGUSUL
Nama Anggota 1 : Ahmad Nasher
NIDN/Bidang Keahlian : 0306119001/Komunikasi
Nama Anggota 2 : Evan Saktiandi
NIDN/Bidang Keahlian : 0301108702/Komunikasi

5. LOKASI KEGIATAN/MITRA

Wilayah Mitra : Lenteng Agung
Kabupaten / Kota : Jakarta Selatan
Provinsi : DKI Jakarta
Jarak PT ke Lokasi Mitra : 8,1 Km

6 LUARAN YANG DIHASILKAN : Publikasi pada media elektronik liputan jalannya kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui siaran Info Kampus di Televisi Pendidikan Universitas Gunadarma atau UGTV (Info Kampus #282, 20 Juni 2023)

7 JANGKA WAKTU PELAKSANAAN : 10 Mei – 15 Juni 2023

8. TOTAL BIAYA : Rp. 4.600.000 ,-
a. DRPM : 0
b. Sumber Lain : Rp. 4.600.000 ,-

Mengetahui :

Kepala Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat,

Ketua Tim Pengusul,



Dr. Aris Budi Setyawan, SE., M.M.
NIDN. 0326057004 / NIP. 930391



Sendi Eka Nanda, S.Ikom., M.I.Kom.
NIDN. 0319059201

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
DAFTAR ISI	iii
RINGKASAN	iv
1. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Analisis Situasi	2
1.3 Permasalahan Prioritas Mitra.....	2
2. SOLUSI DAN TARGET LUARAN	3
2.1. Solusi	3
2.2. Target Luaran	4
3. METODE PELAKSANAAN	5
3.1. Pemberian Sosialisasi Kegiatan	5
3.2. Pengaturan dan Waktu Pelatihan	5
4. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI	6
4.1. Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM)	6
4.2. Kepakaran Tim.....	7
4.2.1. Tim Pengusul	7
4.2.2. Tim Pelaksana	7
5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	8
5.1 Hasil	8
5.2 Luaran.....	8
6. RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	9
7. PENUTUP	10
7.1. Kesimpulan	10
7.2. Saran	10
DAFTAR PUSTAKA.....	11

LAMPIRAN-LAMPIRAN

- Lampiran 1. Peta Lokasi Kegiatan Abdimas
- Lampiran 2. Surat Permintaan Mitra
- Lampiran 3. Surat Keterangan Mitra
- Lampiran 4. Jadwal Kegiatan
- Lampiran 5. Realisasi Anggaran Biaya
- Lampiran 6. Dokumentasi Kegiatan Di Lokasi
- Lampiran 7. Daftar Peserta Mahasiswa

RINGKASAN

Perkembangan teknologi informasi sangat berkembang pesat, berbagai kegiatan bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan ini untuk menjalankan usahanya. Banyaknya competitor menjadi pertimbangan bagi para pengusaha untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat. Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan untuk bisa meraih pasar yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat dan profit. *Digital Marketing* adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu digital marketing. Dengan *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu/real time dan bisa mengglobal atau mendunia. Dengan jumlah pengguna *social media* berbasis chat ini yang banyak dan semakin hari semakin bertambah membuka peluang bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk mengembangkan pasarnya dalam genggam *smartphone*. Adanya media sosial telah mempengaruhi kehidupan sosial dalam masyarakat. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial (*social relationships*) atau sebagai perubahan terhadap keseimbangan (*equilibrium*) hubungan sosial dan segala bentuk perubahan-perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk didalamnya nilai-nilai, sikap dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat. Perubahan sosial positif seperti kemudahan memperoleh dan menyampaikan informasi, memperoleh keuntungan secara sosial dan ekonomi. Pengabdian Kepada Masyarakat (Abdimas) Universitas Gunadarma ini membantu masyarakat terhadap penggunaan media sosial kepada orang tua peserta didik kelompok belajar Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia yang berlokasi di kelurahan Lenteng Agung kota Jakarta Selatan, melalui pemberian pelatihan Fotografi Periklanan untuk keperluan Digital Marketing secara berkala dan terjadwal. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Gunadarma ini sebagai bentuk kepedulian dan rasa empati kepada masyarakat luas khususnya masyarakat di wilayah Lenteng Agung Jakarta Selatan untuk mengembangkan Usaha Mandiri yang sudah ada dan sedang berjalan.

Kata Kunci : Pelatihan, Fotografi, Periklanan, Lenteng Agung

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi membuat konsumen memanfaatkan teknologi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari seberapa banyak konsumen menggunakan fasilitas teknologi informasi dalam memenuhi informasi yang dibutuhkannya, salah satunya yaitu penggunaan internet. Internet berkembang pesat dan menjadi salah satu sumber informasi yang dapat diakses dengan mudah yang mengakibatkan arus perubahan konsumen dalam memenuhi gaya hidup. Arus perubahan zaman membawa gaya hidup belanja masyarakat bergeser dari yang sifatnya konvensional menuju pada transaksi situs penjualan online yang terpengaruhi dari arus perubahan gaya hidup masyarakat tersebut. Arus perubahan gaya belanja masyarakat mengakibatkan banyak situs penjualan online yang mengakibatkan masyarakat mendapatkan informasi lebih dan bertransaksi dengan mudah tanpa harus pergi ke tempat penjualan barang atau jasa tersebut. Perubahan perilaku konsumen tersebut disebabkan manfaat dari pada pembelian online yang lebih praktis dan efisien waktu, tenaga maupun biaya. Menurut Kotler dalam Widodo (2014) internet marketing memiliki lima keuntungan besar bagi perusahaan yang menggunakannya. Pertama, baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar dapat melakukannya. Kedua, tidak terdapat batas nyata dalam ruang beriklan jika dibandingkan dengan media cetak dan media penyiaran. Ketiga, akses dan pencarian keterangan sangat cepat jika dibandingkan dengan surat kilat atau bahkan fax. Keempat, situsnya dapat dikunjungi oleh siapapun, dimanapun di dalam dunia ini, kapanpun. Kelima, belanja dapat dilakukan secara lebih cepat dan sendirian. Menurut (Chaffey, 2015). e-marketing merupakan pengembangan dari marketing tradisional dimana marketing tradisional adalah suatu proses pemasaran melalui media komunikasi offline seperti melalui penyebaran brosur, iklan di televisi dan radio, dan lain sebagainya. Setelah maraknya internet dan kemudahan komunikasi yang ditawarkannya, maka penerapan marketing pada perusahaan mulai mengadopsi media internet, yang kemudian disebut sebagai e-marketing. Seiring berkembangnya bisnis saat ini, tantangan dan persaingan semakin tajam dalam merebut pangsa pasar, perusahaan dituntut untuk dapat memberdayakan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien agar perusahaan bisa mempunyai keunggulan bersaing. Setiap organisasi perusahaan diharapkan dapat menyusun suatu strategi pemasaran agar tetap bertahan dalam menghadapi persaingan, salah satunya adalah mempunyai strategi pemasaran berupa bauran pemasaran dengan digital marketing. Strategi bisnis perusahaan ini diharapkan dapat memberikan dampak pada keuntungan keuangan, non keuangan, bertahan di dalam industri, dan guna mencapai tujuan jangka panjang organisasi (Dewi, 2017). Digital marketing adalah salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka sedikit demi sedikit mulai meninggalkan model pemasaran konvensional/tradisional beralih ke pemasaran modern yaitu digital marketing. Digital marketing komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu dalam pemasaran digital. Survei yang dilakukan oleh Pradani (2017) menemukan bahwa 132,7 juta penduduk Indonesia telah terhubung ke internet, dimana saat ini internet memegang peran penting dalam penentuan keputusan pembelian konsumen.

1.2. Analisis Situasi

Banyak orang tua peserta didik dari kelompok belajar Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia Lenteng Agung yang mempunyai usaha industri olahan makanan rumahan. Industri rumahan saat ini menjadi kegiatan yang memiliki peran besar dalam membantu perputaran ekonomi rumah tangga. Dalam mendukung kegiatan tersebut, banyak warga yang sudah menggunakan telepon genggam atau smartphone yang cukup modern. Rupanya mereka juga sudah mengenal dan melakukan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan smartphone tersebut. Komunikasi yang dilakukan adalah dengan telepon langsung, sms, dan sudah mulai menggunakan media sosial untuk melakukan penawaran seperti BBM (blackbberry Mesangger), FB (Facebook), WA (Whatsapp), IG (Instagram).

1.3. Permasalahan Prioritas Mitra

Melalui wawancara yang dilakukan terhadap para orang tua peserta didik dari kelompok belajar Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia Lenteng Agung, maka didapat beberapa masalah terkait dengan pemasaran produk dalam digital marketing melalui media sosial. Salah satu yang menjadi masalah adalah tampilan (visual) dari produk yang akan ditawarkan melalui media sosial tersebut. Berdasarkan kondisi di atas maka Tim Pengabdian Kepada Masyarakat tertarik untuk melakukan pelatihan kepada warga setempat. Materi pelatihan yang akan diberikan adalah pengenalan dan teknik fotografi periklanan pada media sosial.

2. SOLUSI DAN TARGET LUARAN

2.1 Solusi

Sehubungan dengan masalah dan kendala yang dihadapi oleh para orang tua siswa kelompok belajar Bina Hafidz Cendikia Indonesia yang melakukan usaha mandiri dengan menggunakan media sosial, maka pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh Tim Abdimas Universitas Gunadarma kelompok Bina Cendikia akan memberikan edukasi melalui pelatihan fotografi periklanan secara berkelanjutan. Adapun pemberian penyuluhan yang diberikan akan berimplikasi pada :

1 **Dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli**

Memiliki foto produk yang baik dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli. Bahwa dengan melihat foto produk, konsumen beranggapan hal ini digarap dengan serius, calon pembeli semakin yakin bahwa penjualnya terpercaya dan memiliki kualitas produk yang baik.

2. **Meningkatkan nilai jual**

Foto yang profesional membuat suatu produk terlihat elegan dan memiliki nilai jual. Melalui foto, seseorang dapat mengetahui apa yang ditawarkan dari produk tersebut. Bukan sekadar melalui kata-kata, visual yang apik dapat membuat calon konsumen lebih tertarik terhadap suatu produk.

3. **Menjadi identitas**

Foto produk menjadi penting karena hal tersebut dapat menjadi identitas bagi penjual itu sendiri. Calon konsumen akan lebih mudah memahami suatu iklan berdasarkan potret produk saja.

4. **Social media marketing**

Poin terakhir dari pentingnya foto produk adalah sebagai ajang *social media marketing*. Terutama pada Instagram, foto yang menarik dan profesional sangatlah penting. Gambar yang menarik dan elegan bisa meningkatkan *engagement* bahkan pembelian untuk produk yang ditawarkan.

2.2 Target Luaran

Target luaran pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia Lenteng Agung – Jakarta Selatan :

1. Menghasilkan publikasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada liputan siaran media elektronik stasiun televisi Universitas Gunadarma (UGTV)
2. Melalui pemberian pelatihan Fotografi Periklanan secara berkelanjutan diharapkan adanya perbaikan tata nilai di masyarakat khususnya di dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk membantu dalam mempromosikan produk.

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian
A. LUARAN WAJIB		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN/Prosiding jurnal nasional	Tidak Ada
2	Publikasi pada media masa cetak/online/repocitory PT	Ada
3	Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas dan nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk atau sumber daya lainnya)	Tidak Ada
4	Peningkatan penerapan iptek di masyarakat (mekanisasi, bidang IT, manajemen)	Ada
5	Perbaikan tata nilai di masyarakat (seni budaya, sosial, politik, keamanan, ketentraman, pendidikan, kesehatan)	Ada
B. LUARAN TAMBAHAN		
1	Publikasi di jurnal internasional	Tidak Ada
2	Jasa : rekayasa, sosial, metode atau sistem, produk atau barang	Tidak Ada
3	Inovasi baru TTG	Tidak Ada
4	Buku ber ISBN	Tidak Ada
5	Modul pembelajaran	Tidak Ada

3. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dilakukan melalui tahapan-tahapan dimulai dengan (1) melakukan wawancara dengan para orang tua siswa peserta didik, (2) sosialisasi penggunaan media sosial yang cerdas untuk keperluan pemasaran produk industri rumahan. dan (3) pemberian pelatihan teknik fotografi periklanan terkait konten pada media sosial dan implikasinya. Hasil atau luaran yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatnya pengetahuan dan wawasan mitra terkait peningkatan hasil penjualan menggunakan media sosial yang cerdas dan bijak, serta meningkatkan kebermanfaatan media sosial yang digunakan oleh mitra

3.1 Pemberian Sosialisasi Kegiatan

Melihat dan memperhatikan dari kondisi yang ada di lokasi pengabdian, maka Tim Pelaksana yang terdiri dari para tenaga pengajar Universitas Gunadarma mengawali kegiatan dengan memberikan sosialisasi awal kepada para orang tua peserta didik mengenai manfaat media sosial dalam upaya mengembangkan cara memasarkan produk. Sosialisasi diberikan kepada para orang tua peserta didik dan beberapa pengelola Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia bertempat di ruang belajar terbuka berupa taman belajar.

3.2 Pengaturan dan Waktu Pemberian Pelatihan

- a. Melakukan pembagian kelompok terhadap para orang tua siswa terkait pengaturan jadwal pemberian pelatihan untuk setiap kelompok sesuai dengan tingkat pemahaman dan penguasaan materi yang nantinya akan diberikan.
- b. Melakukan pengaturan tata kelola tempat kegiatan dengan memperhatikan jumlah peserta pelatihan sehubungan dengan kapasitas yang terbatas
- c. Penetapan jadwal pemberian kegiatan penyuluhan untuk beberapa kelompok peserta pelatihan

4. KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

4.1 Profil Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Gunadarma (LPPM-UG)

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Gunadarma merupakan lembaga yang berperan untuk mendukung Universitas Gunadarma dalam mewujudkan salah satu tujuannya yaitu “memberikan kontribusi dalam bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi bagi kebutuhan pembangunan secara regional, nasional dan internasional”. Dalam pelaksanaan tugasnya, LPPM Universitas Gunadarma selalu berupaya mensosialisasikan penelitian dan pelayanan IPTEK unggulan berguna bagi masyarakat secara luas.

Selama ini kontribusi LPPM Universitas Gunadarma pada kegiatan pengabdian masyarakat sangat banyak, tidak hanya secara fisik dalam memberikan kontribusi kepada masyarakat, namun juga secara keilmuan. Beberapa yang telah dilakukan oleh LPPM diantaranya adalah :

1. Menyediakan ruang dan prasarana yaitu berupa incubator bisnis yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat luas untuk mempersiapkan dan mengembangkan usahanya,
 - a. Ruang diskusi di lembaga penelitian yang dapat dimanfaatkan untuk diskusi dan koordinasi, dalam kondisi yang sangat mendukung (AC, kursi, meja diskusi, whiteboard, dan LCD Projector).
 - b. Keberadaan beberapa laboratorium pendukung, seperti Laboratorium Akuntansi, Laboratorium Pengembangan bisnis, Laboratorium e-commerce, dan lain-lain. Ruang-ruang Laboratorium ini juga dapat digunakan untuk melakukan pelatihan atas hasil penelitian dan pengabdian masyarakat yang dilakukan.
 - c. Perpustakaan dengan ruangan dan gedung yang sangat kondusif dan memiliki koleksi buku referensi yang sangat baik.
 - d. Unit pengurusan HKI yang dapat membantu peneliti dalam mengurus dan memperoleh sertifikasi HKI bagi hasil penelitian dan pengabdian masyarakat
2. Menyediakan kredit mikro bagi kelompok masyarakat usaha binaan
3. Menyediakan domain web yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk memasarkan produknya.
4. Menyediakan sarana informasi seperti tabloid UG News, UG Radio dan UG TV yang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi oleh masyarakat usaha.
5. Menyediakan pendampingan untuk membantu pemecahan berbagai permasalahan yang dihadapi para pelaku UMKM.

4.2 Kepakaran Tim

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertempat di Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia Lenteng Agung Kotamadya Jakarta Selatan, dilakukan oleh kelompok Bina Cendikia Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Gunadarma, yang memiliki kapasitas bidang kompetensi yang dibutuhkan sesuai dengan bidang pendidikannya.

4.2.1 Tim Pengusul

No.	NIDN	NAMA PENGUSUL	BIDANG KOMPETENSI
1.	0319059201	Sendi Eka Nanda	Komunikasi
2.	0306119001	Ahmad Nasher	Komunikasi
3.	0301108702	Evan Saktiandi	Komunikasi

4.2.2 Tim Pelaksana

Pelaksana lapangan yang ditugaskan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia Lenteng Agung terbagi beberapa kelompok yang komposisi personilnya perpaduan atau kolaborasi bidang kompetensi yang ada di kelompok Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Gunadarma (Abdimas UG). Adapun nama-nama pelaksana pada kegiatan pengabdian tersebut di lapangan tercantum dalam lembar lampiran Surat Keterangan yang diterbitkan oleh Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesi, Lenteng Agung, Jakarta Selatan

5. HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

5.1 Hasil

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan sejak tanggal 10 Mei sampai 15 Juni 2023 oleh Tenaga Pengajar Universitas Gunadarma di Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia Lenteng Agung Jakarta Selatan diperoleh capaian hasil sebagai berikut :

1. Orang tua siswa dapat menggunakan media sosial sebagai sarana untuk keperluan membantu memasarkan produk yang dihasilkan dari usaha mandiri menjadi lebih efektif serta lebih mudah dikenal oleh calon pembelinya sebagai konsumen.
2. Memperoleh pengetahuan tambahan dalam teknik pengambilan objek sebagai produk yang nantinya akan dipasarkan, dengan menggunakan smartphone.

5.2 Luaran

Publikasi pada media elektronik yang meliput jalannya kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat melalui siaran Info Kampus di Televisi Pendidikan Universitas Gunadarma atau UGTV (Info Kampus #283, 20 Juni 2023), link liputan dapat diakses melalui <https://youtu.be/OMThF519qtA>



6 RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Pada kegiatan serupa, Tim Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Gunadarma, akan memberikan pendampingan pembelajaran bagi masyarakat setempat secara berkelanjutan serta memberikan edukasi melalui penyuluhan penggunaan media sosial untuk pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang terdapat di lokasi kegiatan pengabdian kepada para orang tua dari peserta didik. Adapun pembelajaran yang nantinya akan diberikan kepada warga setempat berfokus pada pembuatan konten yang baik sehubungan dengan digital marketing.

7. PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia, Lenteng Agung - Jakarta Selatan mendapat respon positif dari mitra. Hal ini tidak terlepas dari usaha tim untuk menjalin komunikasi dengan masyarakat setempat maupun dengan mitra, yaitu kalangan orang tua peserta didik yang didominasi kaum ibu yang aktif di media sosial. Peserta penyuluhan telah memahami bahwa kegiatan di media sosial harus tetap memperhatikan aspek kemafaatan, kebaikan, kemudharatan dan keburukan dalam menyebarkan informasi agar tidak berurusan dengan ranah hukum. Selain itu, para penyuluhan telah memahami bahwa dalam menggunakan media sosial tetap harus menjaga etika dan sopan santun dalam berkomunikasi.

7.2. Saran

Melakukan evaluasi terhadap konten yang dibuat setelah diadakan pelatihan dan sebelum pelatihan Untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat selanjutnya, perlu diadakan pendampingan dan penyuluhan khusus mengenai pentingnya literasi media yang terkait dengan konten yang berisi informasi produk industri rumahan agar terjadi peningkatan hasil jual terhadap produk di pasarkan melalui media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

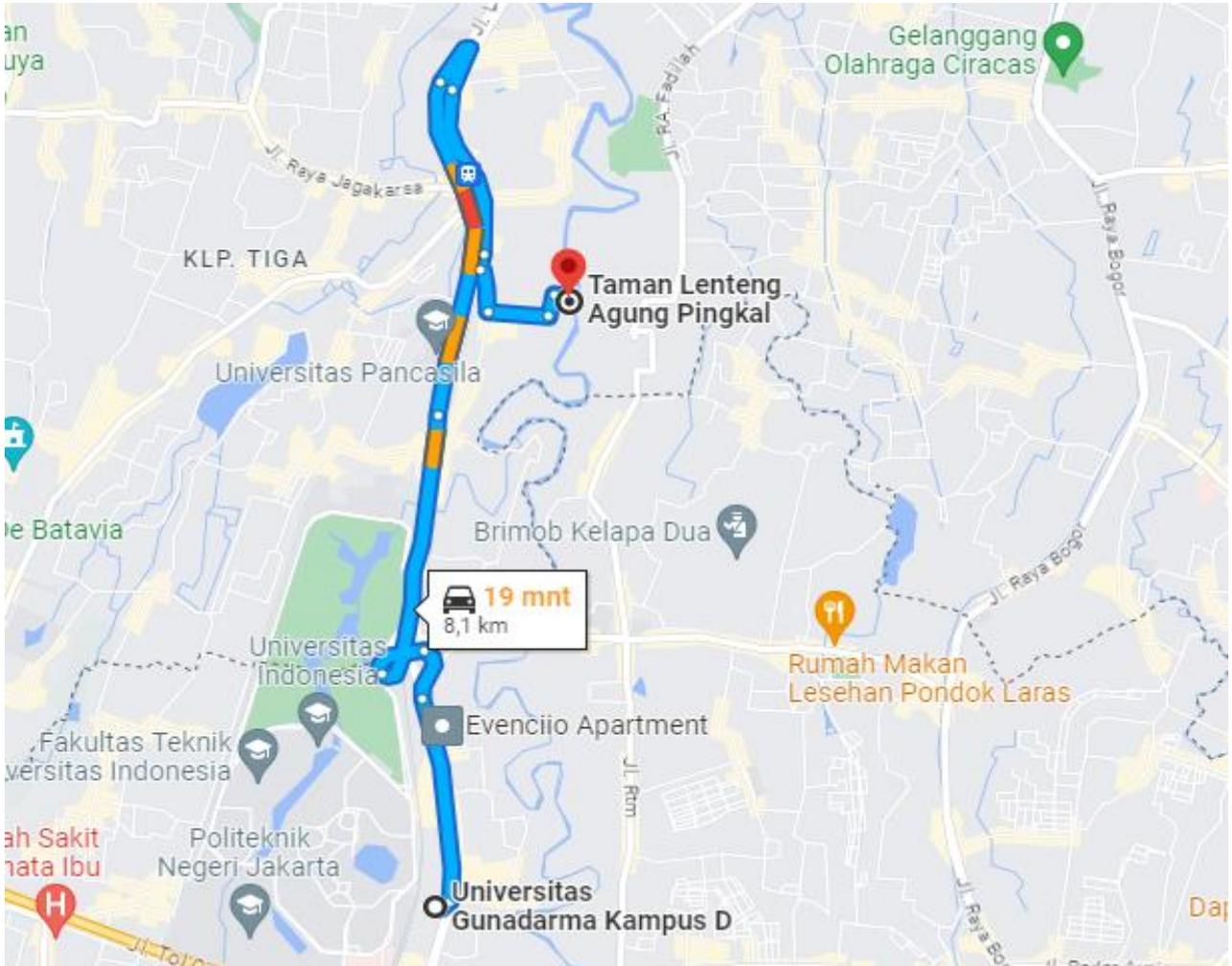
Chaffey, Dave, Richard Mayer, Kevin Johnston dan Fiona Ellis-Chadwick, 2015, *Internet Marketing: Strategy, Implementattion And Practice*, Pearson Education Limited, London, England.

Dewi, N. N. K. A., & Warmika, I. G. K. (2017). Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, Dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus. *E-Jurnal Manajemen Udayana*, 6(10), 5580–5606.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2014, *Principles of Marketing*, 10th Edition, Pearson Education Inc. Upper Saddle River, New Jersey.

Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil. *JIBEKA*, 11(2), 46–53.

LAMPIRAN 1
PETA LOKASI KEGIATAN ABDIMAS



Jarak antara kampus D Universitas Gunadarma Jl. Margonda Raya 100 Kota Depok dengan lokasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia) Lenteng Agung - Jakarta Selatan adalah kurang lebih 8,1 Km.

LAMPIRAN 2
SURAT PERMINTAAN MITRA



YAYASAN BINA HAFIDZ CENDIKIA INDONESIA
PENDIDIKAN, KEAGAMAAN DAN SOSIAL

SK. Kemenhunkam No. AHU-0026595.AH.01.04. Tahun 2016
Jl. Syukur No. 9 RT.03 RW.08, Lenteng Agung, Jagakarsa
Jakarta Selatan 12610

Jakarta, 3 Mei 2023

Nomor : 115/YBHCI/JS/V/2023
Perihal : **Permohonan Pendampingan**

Kepada Yth.
Rektor Universitas Gunadarma
Depok – Jawa Barat

Up.

Kepala Lembaga Pengabdian Masyarakat (LPM)
Universitas Gunadarma
Jalan Margonda Raya 100 Pondok Cina
Depok – Jawa Barat

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **Nur Laila, B.A.**
Jabatan : Ketua Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia
Alamat : Jalan Syukur No. 9 RT. 03/08, Lenteng Agung – Jakarta Selatan

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Sehubungan dengan adanya beberapa kendala yang dialami pada Bidang Pengajaran di tempat kami, dan adanya keinginan untuk mengembangkan Usaha Mandiri bagi masyarakat, kami selaku Pimpinan Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia Lenteng Agung Jakarta Selatan mengajukan permohonan kepada Pimpinan Universitas Gunadarma untuk memberikan pendampingan yang berkaitan dengan kegiatan belajar mengajar serta pelatihan. Diharapkan dengan adanya pendampingan dan pelatihan tersebut, kendala yang dihadapi selama ini dapat teratasi. Besar harapan kami, semoga hal ini dapat terealisasi dengan baik sesuai dengan rencana kegiatan kami.

Atas perhatian dan bantuannya, sebelumnya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

BINA HAFIDZ CENDIKIA INDONESIA
Ketua Yayasan,

Nur Laila, BA.

LAMPIRAN 3
SURAT KETERANGAN MITRA



YAYASAN BINA HAFIDZ CENDIKIA INDONESIA

PENDIDIKAN, KEAGAMAAN DAN SOSIAL

SK. Kemenhukam No. AHU-0026595.AH.01.04. Tahun 2016

**Jl. Syukur No. 9 RT.03 RW.08, Lenteng Agung, Jagakarsa
Jakarta Selatan 12610**

SURAT KETERANGAN

Nomor : 118/YBHCI/JS/VI/2023

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Nur Laila, B.A.**

Jabatan : Ketua Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia

Alamat : Jalan Syukur No. 9 RT. 03/08, Lenteng Agung – Jakarta Selatan

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa nama-nama terlampir dalam Surat Keterangan ini telah melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk :

**PEMBERIAN PELATIHAN FOTOGRAFI PERIKLANAN BAGI ORANG TUA
SISWA PADA KELOMPOK BELAJAR BINA HAFIDZ CENDIKIA INDONESIA
LENTENG AGUNG - JAKARTA SELATAN**

Kegiatan diselenggarakan pada tanggal **10 Mei sampai 15 Juni 2023** di Yayasan Bina Hafidz Cendikia Indonesia Lenteng Agung - Jakarta Selatan.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Jakarta, 15 Juni 2023

BINA HAFIDZ CENDIKIA INDONESIA

Ketua Yayasan,



Nur Laila, B.A.

Lampiran Surat Keterangan

Nomor : **118/YBHCI/JS/VI/2023 Tanggal 15 Juni 2023**

No.	NIDN	NAMA PELAKSANA
1.	0301048901	Reza Praditya Yudha
2.	0326069501	Shilvy Andini Sunarto
3.	0316017803	Siti Masitoh
4.	0320106801	Sri Nawangsari
5.	0310049403	Sri Wahyuni
6.	0328056202	Sri Waluyo
7.	0324056503	Sulistining Trimulyani
8.	0308116304	Umi Kulsum
9.	0303079501	Widiastiana Vista Wijaya
10.	0326045901	Widio Purwani
11.	0301059102	Yanti Trianita

LAMPIRAN 4
JADWAL KEGIATAN

No.	NAMA KEGIATAN	MINGGU KE					
		2 Mei 2023	3 Mei 2023	4 Mei 2023	1 Jun 2023	2 Jun 2023	3 Jun 2023
1.	Koordinasi dengan Mitra						
2.	Analisis Situasi Lapangan						
3.	Pengumpulan Dana						
4.	Proyeksi Biaya Pelaksanaan						
5.	Alokasi Biaya Pelaksanaan						
6.	Pelaksanaan Kegiatan						
7.	Membuat Laporan Kegiatan						

**LAMPIRAN 5
REALISASI ANGGARAN BIAYA**

No	URAIAN	SATUAN	KUANTITAS	HARGA SATUAN (Rp)	TOTAL (Rp)
1	Kesekretariatan Pengadaan Spanduk Disain Sertifikat Materai Foto Copy Penggandaan Lap. Kegiatan Abdimas	paket	1	250.000	250.000
2	Transportasi Tim Mahasiswa	kali kali	3 4	100.000 100.000	300.000 400.000
3	Pengadaan Konsumsi Makan Minum	unit paket	40 40	15.000 5.000	600.000 200.000
4	Pemberian Souvenir Dan Hadiah	paket		1.000.000	1.000.000
5	Insentive Petugas Kebersihan	unit	7	50.000	350.000
6	Bantuan Penunjang Operasional Kegiatan Pembelajaran Untuk Para Guru Pendamping	paket	1	1.500.000	1.500.000
TOTAL					4.600.000

LAMPIRAN 6
DOKUMENTASI KEGIATAN DI LOKASI







LAMPIRAN 7
DAFTAR PESERTA MAHASISWA

No.	NOMOR POKOK MAHASISWA	NAMA MAHASISWA
1.	92221043	Bimbim Trayudi
2.	92221058	Prajna Paramita