

## Workshop *English for Public Relation and Journalism* berbasis Digital bagi Siswa SMKN 2 Padang Panjang

### Worshop on Digital-based English for Public Relation and Journalism for Students in SMKN 2 Padang Panjang

Carbiriena Solusia<sup>1</sup>, Devy Kurnia Alamsyah<sup>2</sup>, Atmazaki<sup>3</sup>, Nur Rosita<sup>4</sup>

Universitas Negeri Padang

Jln. Prof. Dr. Hamka Air Tawar Padang

Email: [carbiriena@fbs.unp.ac.id](mailto:carbiriena@fbs.unp.ac.id)

Submitted: 2024-10-19

Accepted: 2024-11-28

DOI: 10.24036/abdi-humaniora.v6i1.131089

Revised: 2024-11-22

Published: 2024-11-28

#### Abstrak

Sektor Pariwisata Sumatera Barat semakin menggeliat baik dalam kancah lokal maupun global. Hal ini membuat posisi kehumasan dan jurnalistik menjadi sangat krusial dalam tataran pemasaran pariwisata kepada turis lokal maupun manca negara. Lulusan siswa SMK konsentrasi Produk Siaran Program Televisi (PSPT) sebagai calon aktor akan terlibat didalamnya dan SMKN 2 Padang Panjang sebagai salah satu SMK yang memiliki program kejuruan produksi siaran program televisi menggaungkan broadcasting sebagai penciri utama sekolah. Pembelajaran broadcasting di sekolah ini haruslah diintegrasikan dengan bahasa Inggris, mengingat program revitalisasi SMK adalah pengaplikasian *bilingual learning ecosystem* dimana bahasa Inggris adalah kemampuan yang harus dimiliki oleh lulusan SMK dalam upaya mempersiapkan diri menghadapi persaingan global yang semakin kompleks. Hal ini diimplementasikan dalam bentuk pembelajaran berbasis produksi dengan pendekatan *teaching factory* dan *business centre*. Namun demikian, terdapat beberapa permasalahan internal terkait hal ini seperti belum meratanya kemampuan siswa dalam hal kehumasan dan jurnalistik, belum spesifiknya bahan ajar Bahasa Inggris untuk SMK dalam konsentrasi jurusan tersebut, rendahnya keterampilan siswa dalam berbahasa Inggris dalam konteks kegunaan kehumasan dan jurnalistik. Maka dari itu diperlukan langkah kongkrit untuk mengatasi masalah tersebut salah satunya dengan pemberian workshop kepada siswa. Kegiatan yang dapat dilakukan adalah memberikan workshop terpadu atau pelatihan penguatan kompetensi kehumasan dan jurnalistik berbasis digital berbahasa Inggris sebagai implementasi *bilingual learning ecosystem* di SMK.

**Kata kunci:** *English for Public Relation, English for Journalism, konten digital*

#### Abstract

The tourism sector is increasingly growing both locally and globally in West Sumatera making the position of public relations and journalism very crucial in

the marketing of tourism to domestic and foreign tourists. Vocational high school graduates concentrating on Television Program of Broadcast Products (PSPT) as prospective actors will be involved in promoting this sector. SMKN 2 Padang Panjang as one of the vocational high schools that has this program echoes broadcasting as the main characteristic of the school. Broadcasting learning in this school must be integrated with English, considering that the vocational high school revitalization program is the application of a bilingual learning ecosystem reflecting English as a skill that must be possessed by the students. This revitalization is in an effort to prepare themselves for increasingly complex global competition. It is implemented in the form of production-based learning with a teaching factory and business center approach. However, there are several internal problems related to this such as the unequal balance of students' abilities in public relations and journalism, the lack of specific English teaching materials for vocational high schools for this major, and the low skills of students in English in the context of the use of public relations and journalism. Therefore, concrete steps are needed to overcome this problem, one of which is by providing workshops to students. Activities that can be carried out are providing integrated workshops or training to strengthen digital-based public relations and journalism competencies in English as an implementation of the bilingual learning ecosystem in vocational schools.

**Keywords:** *English for Public Relation, English for Journalism, digital content*

## **Pendahuluan**

SMKN 2 Padang Panjang sebagai lembaga pendidikan kejuruan yang bertujuan menghasilkan siswa yang siap menjadi tenaga kerja yang kompeten dan mandiri dengan mengutamakan kemampuan dan keterampilan sesuai jurusannya menyadari bahwa *digital literacy* kehumasan dan Jurnalistik dalam orientasi bahasa Inggris khususnya wajib dimiliki oleh siswa yang mengambil jurusan Produk Siaran Program Televisi (PSPT). Hal ini sesuai dengan amanah Sistem Pendidikan Nasional yang menggarisbawahi bahwa pendidikan kejuruan adalah pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik terutama untuk bekerja di bidang tertentu. Rahmiani & Marwandi (2022) juga berpendapat bahwa orientasi pembelajaran di SMK adalah menghasilkan manusia yang produktif. Mereka harus mempersiapkan diri dengan menonjolkan keunikan dan nilai tambah dalam *digital literacy* produk kehumasan dan Jurnalistik berbahasa Inggris mengingat revitalisasi program SMK mengarah kepada bilingual learning ecosystem saat ini. Melalui program bilingual learning ecosystem diharapkan para lulusan SMK siap pakai dengan kemampuan tambahan berupa bahasa Inggris sebagai bahasa global yang dipakai masyarakat dunia. Mitra percaya bahwa penguasaan keduanya dalam bahasa Inggris dapat memberikan kesempatan kepada siswa untuk lebih kompeten dalam menulis karya jurnalistik dan menjalankan kegiatan kehumasan yang melibatkan komunitas yang lebih luas lagi seperti masyarakat global.

Selanjutnya, kegiatan kehumasan bertujuan untuk membangun citra. Penulisan karya jurnalistik dan kegiatan kehumasan dianggap penting dilakukan dalam mendukung upaya pemasaran pariwisata ini guna mendapatkan publisitas, promosi, branding, dan pencitraan yang baik dimata masyarakat khususnya dan global secara umum. Kegiatan ini memiliki peran memberi dan menyebar informasi kepada khalayak umum (Arumsari, Nisa, Lestari, Fatimah & Whayudianto, 2022) sebagai media sarana promosi pariwisata yang dapat memberikan nilai ekonomis bagi masyarakat (Muttaqien & Wardana, 2020) dan alat yang efektif dalam membantu masyarakat dan pemerintah dalam realisasi program pengembangan desa melalui berita dan informasi (Hamson, Nurdin, Yusuf, Idris, & Atrianingsi, 2022). Kusmiati (2020) menyebutkan bahwa ada beberapa tipe media penyebaran informasi yaitu cetak, elektronik, dan online. Akan tetapi, yang paling berdampak global dalam penyebaran informasi daerah pariwisata saat ini adalah media online (Sjafirah, Fadilah & Basith, 2018) . Media ini bisa berupa Instagram dan website, dan sinematografi (Surentu, Warouw & Rembang, 2020; Noor, Maryam & Pro, 2018).

Lebih jauh lagi, bidang kehumasan dan Jurnalistik telah terdistrupsi oleh tingkat keempat perkembangan teknologi (i.R 4.0) dan tingkat kelima kehidupan sosial (*society 5.0*). Kedua penomenan ini telah mengubah tatanan pola jurnalistik global dalam dekade terakhir termasuk di Indonesia. i.R 4.0 ditandai oleh digitalisasi media dan informasi, *Internet of Things*, *big data*, *iCloud*, dan *artificial intelligence (AI)*. Sedangkan *society 5.0* memungkinkan manusia untuk menggunakan teknologi tersebut dengan tujuan agar manusia dapat hidup dengan nyaman. Hal ini membuat jurnalisme konvensional bertransformasi kedalam media digital yang membuat penyajian pembuatan dan sebaran informasi dikemas dengan cepat (Waluyo, 2018; Waluyo, 2019). Namun demikian, fenomena ini harus diambil saripati positifnya dalam dunia jurnalistik digital. Konsep ini sebaiknya tidak hanya dipandang sebagai pemanfaatan platform dalam penyebaran informasi, tapi juga dalam tataran pengolahannya (Ashari, 2019). Hal ini menyebabkan jurnalistik digital menjadi sangat kompleks dan menuntut skill lebih baik secara konten tulisan maupun visualisasi (Sanusi, 2018; Muliawanti, 2018). Dipercaya bahwa banan jurnalsitik digital mampu meningkatkan kompetensi sosial dan kemampuan prosedural (Carreza & Mariono, 2022). Berbagai karya jurnalistik bisa dipelajari oleh siswa SMK seperti menulis berita, opini, kolom, feature, esai, blog, bahkan vlog youtube. Selain itu, mitra merasa perlu diadakan program kegiatan kemitraan masyarakat khususnya bagi siswa SMK yang bisa memenuhi seluruh skill jurnalistik digital dan kehumasan yang didukung oleh kemampuan bahasa Inggris yang memadai.

### **Metode Kegiatan**

Untuk memecahkan masalah Mitra dan mencapai target luaran yang sudah direncanakan, maka metode pelaksanaan yang akan ditawarkan adalah metode ceramah, FGD, dan *workshop*. Metode ini dianggap efektif karena mencakup pemberian teori dan praktek. Berikut dijabarkan tahapan-tahapan pelaksanaan kegiatan agar tujuan dari kegiatan ini dapat dicapai.

1. Penulisan modul kehumasan dan Jurnalistik Digital  
Materi yang dibahas pada modul ini mencakup:
  - 1) Hakikat menulis
  - 2) Pengenalan terhadap struktur tulisan
  - 3) Kajian mengenai karya jurnalistik digital dan manfaatnya dalam sektor pariwisata.
  - 4) Pembahasan contoh-contoh karya jurnalistik sektor pariwisata
2. Pelatihan secara individu mengenai penggunaan perangkat keras dan lunak atau aplikasi serta platform tak berbayar yang bisa digunakan untuk membuat dan memuat karya jurnalistik digital. Dalam hal ini pelatihan difokuskan kepada cara mengunduh, memakai dan menulis konten atau karya jurnalistik digital dengan aplikasi online.
3. Praktek secara individu untuk membuat atau menulis konten atau karya jurnalistik digital baik dalam satu mode maupun multimodal dengan menggunakan foto, video dan audio.
4. Praktek secara berkelompok untuk membuat atau menulis konten atau karya jurnalistik digital agar lebih bervariasi dengan penulisan kolaborasi secara bersama.

Kegiatan dalam alur pelaksanaan ini dijalankan melalui metode langkah kegiatan yang dibagi menjadi 3 tahap dalam 5 bulan (Mei – September 2024) atau 20 minggu dengan tahapan yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi:

### 1. Persiapan (10%)

Kegiatan yang akan dilakukan pada tahapan ini adalah:

- 1) Penyusunan jadwal pelaksanaan bersama dengan mitra.
- 2) Pengurusan dokumen yang diperlukan seperti izin pelaksanaan kegiatan oleh LP2M.

Tahapan ini dilakukan selama 2 minggu atau 10% dari total kegiatan 20 minggu, yakni minggu pertama Mei 2024 dengan menyusun jadwal pelaksanaan dengan phak mitra atau SMKN 2 Padang Panjang. Selanjutnya di minggu kedua Mei dilakukan pengurusan izin pelaksanaan kegiatan oleh LPPM.

### 2. Pelaksanaan Kegiatan (60%)

- 1) Persiapan bahan ajar pelatihan berupa modul *digital content writing and speaking* sebagai contoh kegiatan kehumasan dan jurnalistik berbahasa Inggris.
- 2) Pengandaan modul sesuai dengan jumlah peserta kegiatan.
- 3) Perancangan model pelatihan kegiatan *digital content writing and speaking*.
- 4) Merancang angket atau kuisisioner tentang *writing and speaking anxiety*.
- 5) Mendistribusikan angket kepada peserta.

- 6) Penyajian materi yang sudah ditulis dalam modul.  
Metode penyajian adalah ceramah dan *workshop* dimana teori dan praktek dilakukan secara bersamaan.
- 7) Pelatihan dan bimbingan individual tentang cara penulisan *digital content writing and speaking* berbahasa Inggris melalui berbagai media sosial.

Ketujuh tahapan dalam tahapan pelaksanaan kegiatan ini mengambil alokasi persentase kegiatan sebanyak 60% dari total kegiatan secara keseluruhan yaitu selama 3 bulan atau 12 minggu. Selama periode tersebut (Minggu ketiga Mei – Minggu ketiga Agustus 2024) dilakukan tahapan 1 – 7 pada kegiatan ini mulai dari mempersiapkan bahan ajar untuk workshop, penulisan modul workshop oleh tim pengabdian dan narasumber, perancangan angket untuk melihat kemampuan awal siswa sebelum diberi pelatihan, dan pelaksanaan inti dari pelatihan ini.

### 3. Evaluasi (30%)

Evaluasi akan dilakukan pada tiga tahapan pelaksanaan kegiatan (awal, proses, dan akhir pelaksanaan).

- 1) Evaluasi pada tahap awal akan dilakukan dengan cara mengukur pengetahuan siswa terkait kegiatan kehumasan dan jurnalistik dalam bahasa Inggris.
- 2) Evaluasi tahap awal dilaksanakan untuk mengukur pengetahuan mitra mengenai hal yang dilatihkan melalui angket atau kuisioner.
- 3) Evaluasi pada tahap proses bertujuan untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan mitra dalam setiap materi yang diberikan. Untuk tujuan ini, Tim Pelaksana menggunakan teknik observasi dan rubrik penilaian kemampuan menulis.
- 4) Evaluasi pada tahap akhir pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan cara mengukur tingkat kemahiran siswa dalam menulis konten-konten digital di media sosial yang telah dipilih.

Sementara itu, tahapan evaluasi mengambil alokasi 30 persen dari total pelaksanaan PKM ini, yaitu selama 6 minggu (Minggu keempat Agustus – Minggu keempat September) dengan 4 tahapan rincian kegiatan yakni evaluasi tahap awal, tahap proses, dan tahap akhir. Namun demikian, evaluasi tahap awal dan proses sudah diintegrasikan sebelumnya di dalam pelaksanaan persiapan dan pelaksanaan. Jadi, untuk tahapan evaluasi pada tahap ini adalah evaluasi akhir yang dilakukan dalam bentuk penilaian hasil konten yang dihasilkan oleh siswa dan Focus Group Discussion (FGD) dengan siswa terkait hambatan dan kesulitan yang mereka temui saat mengaplikasikan kemampuan bahasa Inggris dalam Kehumasan dan Jurnalisme.

### Hasil Kegiatan dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dilakukan dengan tiga tahapan secara garis besar yaitu persiapan,

pelaksanaan, dan evaluasi. Dalam tahap persiapan, pihak pengabdian berkoordinasi dengan pihak pimpinan sekolah (SMKN 2 Padang Panjang) terkait kesediaan menjadi mitra pengabdian yang selanjutnya dilakukan kesepakatan dan persetujuan mitra. Setelah itu dilakukan tahapan persiapan pelaksanaan kegiatan dengan memastikan beberapa hal seperti jumlah peserta yang terlibat, waktu pelaksanaan kegiatan, lalu menyiapkan segala sesuatu hal yang dibutuhkan dalam mendukung proses kegiatan pengabdian PKM ini. Salah satunya adalah dengan mengecek ketersediaan tempat pengabdian (labor workshop), alat pendukung, jaringan internet, alat pendukung penyampaian materi workshop seperti LCD, dan urusan administrasi lainnya. Tahap ini berjalan lancar dengan adanya dukungan dari pihak sekolah baik pimpinan maupun guru yang menjadi peserta kegiatan pengabdian. Kegiatan tahap persiapan kegiatan pengabdian dapat terlihat pada gambar 1 dan gambar 2. Tahapan ini dilakukan sejak awal pembuatan proposal dan permintaan kesediaan mitra dari pihak sekolah pada tanggal 15 Maret 2024 – Juli 2024.

Selanjutnya, dilakukan tahap pelaksanaan kegiatan yang sebelumnya telah dipastikan terkait, tanggal, tempat, dan waktu serta jumlah peserta yang diikutsertakan. Kegiatan ini dibuka langsung oleh Wakil Humas sekolah sebagai bentuk dukungan langsung terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Maka terdapat lebih kurang 26 orang peserta kegiatan yang berasal dari jurusan penyiaran pertelevisian/ Produksi dan Siaran Program Televisi (PSPT). Jurusan ini dipilih karena dinilai tepat sasaran sesuai dengan tema pengabdian yaitu menginternalisasikan English for Public Relation and Journalism dalam memasarkan tempat pariwisata terdekat.



Gambar 1 dan 2 Pembukaan kegiatan pengabdian

Pelaksanaan selanjutnya adalah pemberian materi dan diskusi bersama terkait trend pemasaran konten pariwisata melalui media digital. Kegiatan ini diusung dengan topik tentang tips menulis narasi untuk konten pariwisata yang

bertujuan memberikan pemahaman pengetahuan tentang konsep English for Journalism dimana siswa belajar untuk menulis konten-konten digital yang berfokus pada tipe dokumenter. Tipe ini dipilih untuk diajarkan karena dinilai sangat relevan dengan jenis konten digital dalam tema pemasaran atau promosi tempat pariwisata. Workshop ini juga mengintegrasikan kemampuan Jurnalistik lain yaitu editing dan proof reading yang lebih menekankan pada kemampuan aktif dalam berbahasa khususnya writing. Mereka juga diberikan arahan teknis terkait tahapan pembuatan konten yakni pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Siswa kemudian diminta untuk membuat draft tulisan atau script yang akan mereka pakai sebagai narasi template dalam mempromosikan pariwisata kota Padang Panjang dalam konten mereka sebagai bagian dari tahapan pra produksi.



Gambar 3 Diskusi tren konten digital dalam promosi pariwisata

Tahapan pra produksi atau perencanaan ini adalah rangkaian kegiatan yang dimulai dengan pembahasan ide atau gagasan ke dalam outline, penulisan scenario, story board, program meeting, peninjauan tempat pengambilan gambar, meeting production dan lainnya. Sebelum kegiatan diskusi dimulai, diberikan tanya jawab open question yang bersifat informal untuk memetakan pengetahuan awal dan pemahaman siswa terkait contoh-contoh yang ada disekitar siswa terkait konten promosi pariwisata, cara membuat dan cara mempromosikannya. Siswa dinilai sudah mengetahui pengetahuan awal (background knowledge) tentang cara membuat dan cara mempromosikan konten pariwisata karena telah banyak dan pernah menonton kontek promosi pariwisata digital baik yang ada pada program televisi ataupun YouTube misalnya. Akan tetapi, mereka belum memahami secara mendalam hakikat dan keterkaitannya dengan kemampuan bahasa Inggris khususnya speaking dan writing dalam konteks English for public Relation and Journalism. Selain itu, siswa juga diminta mulai memikirkan tempat yang dapat dijadikan rujukan pariwisata favorit di kotanya yang akan dipromosikan dengan mengandalkan konten digital yang mereka buat sendiri.



Gambar 4 dan 5 Diskusi English for Journalism dan implementasinya dalam pertelevisian

Dalam tahap pengenalan English for Journalism yang berkaitan dengan pemasaran konten pariwisata, siswa diminta untuk mengeksplor ide mereka membuat narasi dalam bentuk rancangan siaran pertelevisian dan minipodcast. Siswa bebas memilih tema yang akan mereka angkat untuk dijadikan proyek evaluasi setelah semua tahapan pelaksanaan pelatihan dan workshop selesai. Siswa juga berdiskusi dalam kelompok kecil untuk berbagi ide dan gagasan yang akan mereka kembangkan. Maka dalam hal ini ada 2 proyek yang harus dipahami oleh siswa yaitu membuat konten secara individu dan membuat konten digital untuk sector pariwisata secara kelompok. Hal ini dilakukan guna mempertajam kemampuan 4C; critical thinking, communication, collaboration, dan creativity dari siswa.



Gambar 6 praktek penulisan narasi siaran program pertelevisian dalam kelompok

Setelah masing-masing kelompok dan individu memiliki draft script yang telah mereka kembangkan, proses selanjutnya adalah pengenalan proses editing dan proofreading. Kedua kemampuan jurnalistik ini adalah hal yang mutlak dimiliki oleh orang yang terjun di dunia jurnalistik. Maka, setelah mereka memiliki draft, dilakukan peer editing dengan narasumber dan juga sesama teman pelatihan. Editing dan proofreading ini dilakukan untuk memperbaiki teks dan konteks dari script yang telah mereka buat. Setelah proses tersebut selesai, lalu siswa diminta untuk mempresentasikan di depan kelas untuk melatih speaking mereka atau kemampuan berkomunikasi secara verbal.



Gambar 7 dan 8 Praktek verbalisasi draft script yang telah dibuat



Selanjutnya, para siswa dianggap telah memiliki dasar jurnalistik untuk membuat narasi dan teks program pertelevisian baik secara individu ataupun kelompok. Siswa diberikan pemahaman materi terkait cara membuat teks yang telah mereka buat menjadi lebih hidup yakni dalam konteks digital multimodal. Siswa juga dikenalkan tentang filosofi yang harus terkandung didalam teks yang bahkan sangat signifikan guna memberikan pengaruh terhadap penonton. Materi ini disampaikan oleh pemateri kedua yaitu tentang cara membuat konten digital pemasaran atau promosi jurnalistik yang dapat hidup dan memiliki soul yang tidak mudah dilupakan oleh pembaca atau pendengar. Siswa juga mempelajari cara pengambilan gambar yang baik dari segala sisi/ angles agar mereka mengetahui bahwa apapun yang bergerak di dalam teks / writing memiliki bermacam filosofi iklan.



Gambar 9 Filosofi dan emotion dalam konten digital pemasaran pariwisata

Selanjutnya adalah praktek pembuatan video langsung di luar kelas dimana siswa langsung mengambil “take” dalam kelompok seperti apa saat mereka mempromosikan produk tempat pariwisata. Hal ini dilakukan guna mengakomodir keahlian tahapan produksi. Proses ini juga disebut dengan taping. Hal yang perlu dilakukan adalah memastikan bahwa pengambilan gambar dapat dilakukan berulang jika terdapat kesalahan. Salah satu dari anggota kelompok draft susunan siaran yang sudah diedit dan proof reading dapat dijadikan pedoman dan acuan pada realisasi pembuatan visualisasi konten pemasaran dimana masing-masing kelompok bisa berkolaborasi dengan kelompok lainnya.



Gambar 10 dan 11 Praktek kelompok membuat konten pemasaran pariwisata

Tahapan terakhir adalah evaluasi dan penutupan. Tahapan ini dianggap sebagai tahapan pasca produksi. Pada tahap ini dimuat kembali atau diputar kembali produksi video yang telah diambil guna memastikan kesesuaian

multimodal yang diinput. Tim pengabdian membuka sesi tanya jawab kepada para siswa dalam bentuk forum group discussion untuk mereview dan memberikan feedback atas apa yang telah dilaksanakan di kegiatan sebelumnya, Dalam hal ini selanjutnya siswa melakukan penyuntingan, memberikan ilustrasi, music dan efek lainnya.



Gambar 12 Finalisasi pasca produksi pembuatan konten pariwisata

### Simpulan

Dari rangkaian kegiatan pengabdian yang telah dilakukan dapat disimpulkan beberapa point bahwa:

- 1) Siswa telah memiliki basic knowledge tentang ilmu kehumasan dan jurnalistik karena mereka mengambil penjuruan program dan siaran pertelevisian. Namun demikian, mereka masih memerlukan tambahan keahlian berupa bahasa Inggris dalam konteks tujuan yang lebih specific atau yang disebut dengan English for Public Relation and Journalism. Siswa dapat mempelajari bahasa Inggris secara spesifik berdasarkan tujuan dari pemebelajarn mereka yang lebih mendalam
- 2) English for Public Relation and Journalism dapat dikaitkan dengan kegiatan berbentuk promosi pariwisata terkhususnya di kota Padang Panjang yang memiliki banyak situs cerita sejarah seperti masjid Asasi dan Minangkabau Village. Jika hal ini dapat dihubungkan dengan kemampuan bahasa Inggris dalam mempromosikan pariwisata akan mampu dipahami oleh turis mancanegara serta tidak akan kesenjangan bahasa antara masyarakat lokal dan turis manca negara terjadi.

### Rujukan

- Arumsari, N., Nisa, A. N. S., Lestari, S. I., Fatimah, S., & Wahyudianto, A. (2022). Menjadi Jurnalis Milenial Di Era Digital. *Harmony: Jurnal Pembelajaran IPS dan PKN*, 7(2), 106-111.
- Ashari, M. (2019). Jurnalisme digital: Dari pengumpulan informasi sampai penyebaran pesan. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 4(1), 1-16.
- Carreza, A. N., & Mariono, A. (2022). Efektivitas Bahan Pelatihan Jurnalistik Digital Untuk Meningkatkan Kompetensi Sosial Dan Kemampuan Prosedural Bagi Siswa SMP.
- Hamson, Z., Nurdin, N. H., Yusuf, R. I., Idris, M., & Atrianingsi, A. (2022). Workshop Jurnalisme Peduli Pariwisata Dalam Menunjang Program

- Desa Wisata. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 4(1), 9-17.
- Kusmiati, Y. (2020). Promosi Pariwisata Sebagai Salah Satu Komunikasi Pemerintah Kota Pagaralam Sumatera Selatan.
- Muliawanti, L. (2018). Jurnalisme Era Digital: Digitalisasi Jurnalisme dan Profesionalitas Jurnalisme Online. *LENTERA*.
- Muttaqien, M., & Wardana, L. K. (2020). Pelatihan Jurnalisme Warga Sebagai Sarana Pengembangan Bakat Remaja Dalam Dunia Digital Serta Promosi Pariwisata Desa Samiran Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2).
- Noor, F., Maryam, S., & Pro, F. (2018). Sinematografi Sebagai Upaya Peningkatan Promosi Pariwisata Di Kampung Nde, Jawa Barat. *Ikra-Ith Abdimas*, 1(2), 32-38.
- Rahmiani, N., & Marwandi, M. (2022). Teaching English through a bilingual learning ecosystem in the secondary vocational school of industrial technology. *Journal of Applied Studies in Language*, 6(2), 167-178.
- Sanusi, H. (2018). Jurnalisme data: Transformasi dan tantangan era digital. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 19(1), 20-43.
- Sjafirah, N. A., Fadilah, E., & Basith, A. A. (2018). Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk promosi pariwisata dan potensi kearifan lokal di Pantai Sayang Heualang Kab. Garut. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(12), 990-991.
- Surentu, Y. Z., Warouw, D. M., & Rembang, M. (2020). Pentingnya Website Sebagai Media Informasi Destinasi Wisata Di Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Minahasa. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(4).
- Waluyo, D. (2018). Makna jurnalisme dalam era digital: Suatu peluang dan transformasi. *Diakom: Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1(1), 33-42.
- Waluyo, D. (2019). Memahami Jurnalisme pada Era Digital. *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 5(1).