

PENINGKATAN PROMOSI KEBUN BERKAH MELALUI RANCANG BANGUN WEBSITE DAN SOSIAL MEDIA

Primadina Hasanah^{1*}, Rizky Arif Nugroho², Andi Alfian Mellanium³, Olivia H. Malangi⁴

¹ Program Studi Ilmu Aktuaria, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

² Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

^{3,4} Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi Kalimantan, Balikpapan

*E-mail: primadina@lecturer.itk.ac.id

Abstrak

Kebun Berkah merupakan kebun yang berada di Gunung Steling Kelurahan Batu Ampar- Balikpapan Utara. Pemilik kebun memfokuskan bisnisnya pada budidaya buah dan sayur untuk mendukung pasokan di Balikpapan. Berdasarkan hasil wawancara dengan perwakilan kelurahan, Kebun Berkah memiliki potensi menjadi tujuan ekowisata baru. Akan tetapi, pemilik kebun saat ini memiliki kendala dalam modal usaha serta promosi. Banyak masyarakat Balikpapan yang belum mengenal Kebun Berkah sehingga penjualan hasil usaha dilakukan melalui jejaring pribadi serta warga sekitar. Peningkatan jejaring promosi Kebun Berkah diperlukan untuk mendukung penjualan serta menarik investor. Berdasarkan situasi tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan agar mampu mendukung peningkatan promosi Kebun Berkah. Kegiatan dilaksanakan pada bulan Februari hingga Juni 2021 yang terdiri dari kegiatan perancangan website dan media sosial, pelatihan pengelolaan media sosial, dan sosialisasi kepada warga sekitar. Kegiatan perancangan website dan media sosial telah dilaksanakan dengan orientasi utama pada pembuatan profil dan *branding* Kebun Berkah. Kegiatan pelatihan dilaksanakan agar pengelola dapat mengoperasikan media promosi yang telah disusun. Media yang dibuat telah disosialisasikan kepada warga sekitar. Kegiatan ini mendapat respon dan apresiasi yang baik dari pengelola kebun maupun masyarakat sekitar. Media yang dirancang saat ini telah aktif digunakan oleh pengelola kebun untuk mempromosikan aktifitas maupun produknya.

Kata kunci: Kebun Berkah, Promosi, Website

Abstract

Kebun Berkah is a plantation located in Gunung Steling, Batu Ampar district - North Balikpapan. Its owner has focused his business on fruit and vegetable plantations to support demand in Balikpapan. Based on the interview with the district representatives, Kebun Berkah has the potential to be an ecotourism spot if not for lack of funds and promotion. Due to people's unfamiliarity with the plantation, the products are mostly sold through personal networks and relatives. Therefore, advertising is needed to increase sales and attract investors. Based on these conditions, the purpose of this program is to increase the publicity of Kebun Berkah. The program was held from February to June 2021, which consisted of website and social media design, training on social media, and outreach to the residents. The primary orientation in designing websites and social media is to create the company profile and branding. Training in social media is to increase the capability of the management in operating social media, which are then disseminated to the local people. This program received good responses and appreciation from the management and residents. Now, the owner of Kebun Berkah actively uses social media to promote their activities and products.

Keywords: Kebun Berkah, Promotion, Website

1. Pendahuluan

Kota Balikpapan merupakan pintu gerbang provinsi Kalimantan Timur yang juga terkenal sebagai kota minyak dan industri. Kota Balikpapan secara administratif memiliki luas 81.495 Ha, yang terdiri dari 50.330,57 Ha luas daratan, dan 31.164,03 Ha luas lautan. Perbedaan kondisi geografis tiap kelurahan mengakibatkan beragamnya sumber daya yang dimiliki, sehingga setiap daerah akan memiliki komoditi unggulan masing-masing(Direktorat Jendral

Cipta Karya, 2016). Salah satu potensi yang terus dikembangkan di beberapa wilayah di Balikpapan adalah potensi pariwisata. Pemerintah kota Balikpapan terus mendorong upaya peningkatan pariwisata agar mampu menjadi penggerak roda ekonomi di Balikpapan. Potensi pengembangan pariwisata di Balikpapan sebagian besar diarahkan pada objek wisata alam misalnya pengembangan potensi daerah di Balikpapan Timur dan Barat yang memiliki beberapa objek wisata pantai dan potensi Balikpapan Utara yang memiliki beberapa tempat wisata seperti Kebun Raya Balikpapan, Hutan Lindung Sungai Wain dan Konservasi Beruang Madu.

Salah satu wilayah di Balikpapan Utara yang turut mendukung upaya pemerintah dalam pengembangan sektor pariwisata adalah Kelurahan Batu Ampar. Potensi yang ingin dikembangkan adalah potensi yang berbasis ekowisata dan eduwisata. Ekowisata merupakan wisata yang berbasis alam dengan tujuan konservasi lingkungan dan pelestarian kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Ekowisata berbasis pada wisata alam yang disertai dengan pendidikan dan penyuluhan terhadap lingkungan alami dan budaya masyarakat dengan pengelolaan kelestarian ekologis (Ardhana, 2018). Sedangkan eduwisata merupakan pengembangan objek wisata yang memuat unsur pendidikan yang biasanya memuat nilai budaya dan pengetahuan (Nugroho et al., 2017). Salah satu target pengembangan ekowisata di wilayah Batu Ampar adalah melalui promosi wisata Kebun Berkah.

Kebun Berkah merupakan salah satu kebun usaha pribadi di wilayah Kelurahan Batu Ampar, lebih tepatnya di wilayah Gunung Steling Balikpapan. Kebun ini berfokus pada usaha penanaman buah dan sayur seperti melon, semangka, pepaya, cabai, tomat, gambas, bawang dan lainnya. Selain itu, Kebun Berkah mencoba untuk mengembangkan usaha budidaya perikanan, namun budidaya yang dilakukan masih terkendala dengan kemampuan pengelolaan sehingga sektor ini belum dimaksimalkan oleh pemilik kebun. Hasil usaha kebun Berkah turut memberikan kontribusi pada ketahanan pangan di Balikpapan khususnya sebagai salah satu pemasok buah dan sayur lokal. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan perwakilan kelurahan Batu Ampar, pihak kelurahan berharap bahwa ke depannya Kebun Berkah dapat dikembangkan menjadi salah satu objek ekowisata maupun eduwisata dalam bidang agribisnis di Balikpapan.

Potensi Kebun Berkah belum banyak diketahui oleh warga Balikpapan. Pengelolaan yang dilakukan selama ini masih konvensional baik dalam proses tanam maupun panen. Selain itu, penjualan hasil panennya masih ditujukan untuk masyarakat sekitar atau kepada orang yang sudah mengetahui keberadaan kebun. Promosi biasanya hanya dilakukan dari jejaring pribadi pemilik kebun dan warga sekitar. Kendala lain yang dihadapi oleh pemilik adalah terbatasnya modal usaha yang dimiliki oleh pemilik kebun. Pemilik kebun berharap dengan peningkatan promosi dapat menarik minat calon investor agar pengelolaan kebun yang memiliki luas 1 Ha ini dapat lebih maksimal. Saat ini dari total lahan yang dimiliki pemilik kebun, hanya sepertiga dari area kebun yang telah dimanfaatkan dikarenakan keterbatasan modal usaha yang dimiliki.

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan, maka kegiatan pengabdian ini diarahkan pada perancangan media digital untuk memberikan alternatif media promosi Kebun Berkah. Media yang dirancang yaitu website dan media sosial Facebook serta Instagram. Berdasarkan kajian literatur yang dilakukan, menurut (Adhanisa & Fatchiya, 2017), promosi menggunakan *website* dan media sosial Instagram terbukti efektif untuk menarik perhatian dan menarik keingintahuan pembeli. Selain itu, penggunaan media digital juga dapat membantu masyarakat untuk dapat mengetahui suasana di sekitar kebun melalui citra satelit apabila media telah diintegrasikan dengan *Google Maps* (Palabiran et al., 2015). Oleh karena itu, melalui media promosi yang baru diharapkan dapat memperkenalkan Kebun Berkah secara lebih luas kepada masyarakat kota Balikpapan maupun di luar Balikpapan. Selain itu, dengan meningkatnya media promosi juga diharapkan mampu menarik minat investor yang bersedia menjadi partner usaha dengan pemilik kebun. Dampak jangka panjang yang diharapkan yaitu dengan berkembangnya Kebun Berkah maka akan turut mengembangkan ekonomi masyarakat sekitar serta terwujudnya harapan agar Kebun Berkah menjadi sarana ekowisata baru di Kelurahan Batu Ampar.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan mulai tanggal 1 Februari 2021 hingga tanggal 30 Juni 2021, di mana pada periode Februari – April difokuskan pada kegiatan pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan untuk mengisi konten website dan media sosial yang akan dibuat. Periode tersebut disesuaikan dengan periode tanam dan panen yang dilakukan oleh pemilik kebun. Setelah media yang didesain siap digunakan, dilakukan pelatihan pengelolaan website dan media sosial kepada pemilik kebun dan tim. Metode pelaksanaan yang diterapkan pada kegiatan secara keseluruhan dapat terlihat dari Gambar 1, dimana kegiatan dimulai dari observasi dan identifikasi masalah, perencanaan solusi, dan pelaksanaan kegiatan pengabdian.



Gambar 1. Diagram Alir Metode Pelaksanaan

Sumber: Tim Pengabdian, 2021

2.1 Identifikasi Masalah

Pada tahap ini dilakukan pengkajian lebih lanjut mengenai permasalahan yang terdapat pada Kebun Berkah. Perumusan masalah dilakukan untuk merumuskan permasalahan apa yang akan diamati dan dianalisis dalam penelitian ini. Perumusan masalah mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya.

2.2 Perencanaan Solusi

Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan, solusi yang ditawarkan adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pemanfaatan teknologi untuk membantu promosi dari Kebun Berkah dengan menggunakan media Facebook dan Instagram.
2. Pembuatan sebuah sistem informasi berbasis *website* untuk memudahkan masyarakat umum mengetahui tentang Kebun Berkah. *Website* yang dibangun nantinya terhubung dengan akun official Facebook dan Instagram. Pembuatan *website* akan dilengkapi fitur:
 - a. Penunjuk lokasi dalam *Google Maps*
Lokasi Kebun Berkah yang dapat memudahkan dan mengarahkan pengunjung untuk bepergian ke sana.
 - b. Informasi pengelolaan Kebun Berkah
Website ini mempunyai informasi tentang Kebun Berkah dan pengelolaannya. Sehingga, pengunjung dapat mengetahui apa saja yang terdapat pada Kebun Berkah.
 - c. Edukasi budidaya tanaman
Pada *website* ini juga akan terdapat penjelasan tentang cara pembudidayaan tanaman yang ada di Kebun Berkah.
 - d. Video profil Kebun Berkah
Terdapat info sekitar tentang kebun berkah seperti ada apa saja di dekat kebun berkah.
 - e. Dokumentasi pmbudidayaan tanaman & pemancingan ikan nila

PENINGKATAN PROMOSI KEBUN BERKAH MELALUI RANCANG BANGUN WEBSITE DAN SOSIAL MEDIA

Website ini akan memuat foto-foto dan video edukasi budidaya tanaman yang terdapat pada Kebun Berkah.

f. *Contact person*

Untuk lebih lanjutnya, kami memberikan informasi *contact person* untuk memudahkan pengunjung dalam bertanya lebih lanjut mengenai Kebun Berkah.

g. Informasi mengenai pengajuan dana investasi

Adanya permasalahan permodalan yang kurang dalam pengelolaan tempat studi kasus, maka solusi pembuatan *website* akan menyertakan informasi mengenai investasi.

3. Sosialisasi ke masyarakat tentang kebun berkah.

4. Pelatihan penggunaan *website* dan sosial media untuk pengelola Kebun Berkah.

Adapun hasil *output* dari solusi permasalahan yang telah kami tawarkan ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Solusi dan *Output* Kegiatan
Sumber: Tim Pengabdian, 2021

No.	Solusi Kegiatan	Output
1.	Pemanfaatan teknologi untuk membantu promosi	Media Sosial (Facebook dan Instagram) serta video dokumentasi
2.	Pembuatan sebuah sistem informasi berbasis <i>website</i>	<i>Website</i> Kebun Berkah
3.	Sosialisasi kepada masyarakat mengenai Kebun Berkah	Tanggapan peserta sosialisasi
4.	Pelatihan penggunaan <i>website</i> serta sosial media	Kemampuan pemilik mengoperasikan sosial media

2.3 Analisis Kebutuhan

Setelah melakukan perencanaan solusi, maka lanjut ke tahap selanjutnya yaitu menganalisis kebutuhan dengan mendatangi atau survei ke lokasi Kebun Berkah secara langsung guna mendukung dalam pembuatan media sosial serta *website*, baik itu kebutuhan data, desain atau kebutuhan – kebutuhan pendukung lainnya.

2.4 Pembuatan Media Sosial

Pada tahap ini dilakukan pembuatan media sosial, di mana dalam membuat media sosial terdiri dari beberapa tahapan lebih lanjut seperti perencanaan konsep, desain, implementasi dan pembuatan konten Instagram.

2.5 Pembuatan *Website*

Pada tahap ini dilakukan pembuatan *website* yang menjadi target utama kegiatan. Dalam kegiatan ini, pembuatan *website* dirancang dengan menggunakan hosting bebas dari *renderforest*, di mana pada saat kegiatan ini dilaksanakan *website* tersebut menyediakan layanan tidak berbayar dengan akses tidak terbatas. Layanan ini dapat diakses pada halaman www.renderforest.com. Kondisi ini dapat berubah jika penyedia layanan mengubah kebijakannya.

2.6 Implementasi

Tahapan ini dilakukan untuk menjalankan *website* dan media sosial yang telah dibuat. Uji coba akses kedua jenis media ini dilakukan secara mandiri oleh tim pengabdian bersama dengan mitra. Pada tahapan ini tim juga berdiskusi dengan mitra apabila ada fitur lain yang ingin ditambahkan.

2.7 Pelatihan Penggunaan Sosial Media dan *Website*

Tahapan ini dilakukan untuk memberikan pelatihan mengenai penggunaan media sosial dan *website* kepada pemilik kebun dan tim. Pelatihan ini dilakukan agar nantinya pengelola kebun dapat secara mandiri menggunakan media yang telah dibuat.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan, hasil hasil kegiatan yang diperoleh yaitu:

3.1 Website

Hasil berupa *website* Kebun Berkah yang dapat diakses pada *link* <http://kebunberkahbalikpapan.renderforestsites.com/> di mana pada *website* ini terdapat profil dari Kebun Berkah, profil pengelola kebun, produk yang ditawarkan, tata cara mengajukan kerja sama dan investasi, testimoni masyarakat, dan titik lokasi Kebun Berkah berdasarkan *Google Maps* yang sudah didaftarkan. Selain itu terdapat dokumentasi berupa video aktivitas yang dilakukan di Kebun Berkah seperti panen dan lainnya. Gambaran *interface* dari *website* kebun berkah dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Interface Website Kebun Berkah

Sumber: Facebook Kebun Berkah, 2021

Saat ini *website* kebun berkah masih menggunakan akun layanan bebas bayar *renderforest*, hal ini dikarenakan pembelian domain berbayar yang cukup mahal serta pengelolaan yang cukup sulit bagi pengelola kebun. Sebagai alternatif jika layanan tersebut diubah kebijakannya, maka *website* kebun berkah nantinya akan dipindahkan ke akun blog yang biayanya relatif lebih murah.

3.2 Media Sosial

Media sosial yang didesain untuk memperluas promosi Kebun Berkah adalah Facebook dan Instagram. Kedua media sosial ini dipilih karena saat ini kedua media ini diikuti oleh banyak orang dan sangat populer di berbagai lapisan masyarakat. Selain itu, dalam operasinya, kedua media ini mudah digunakan bahkan bagi Pak Sukirno, pemilik kebun berkah, yang sebelumnya belum memiliki akun pada kedua media sosial tersebut. Akun Facebook menggunakan identitas pemilik kebun di @sukirno, sedangkan Instagram Kebun Berkah dapat diakses dari halaman Instagram @kebunberkah_balikpapan. Tampilan akun Facebook Kebun Berkah dapat dilihat pada Gambar 3, sedangkan gambaran akun Instagramnya dapat dilihat pada Gambar 4.

PENINGKATAN PROMOSI KEBUN BERKAH MELALUI RANCANG BANGUN WEBSITE DAN SOSIAL MEDIA



Gambar 3. Facebook Kebun Berkah (Pengelola)
Sumber: Facebook Kebun Berkah, 2021



Gambar 4. Instagram Kebun Berkah
Sumber: Instagram Kebun Berkah, 2021

Isi dari kedua konten media sosial Kebun Berkah disusun berdasarkan hasil panen reguler Kebun Berkah. Informasi dari isi konten media sosial diperoleh langsung dari wawancara dengan pemilik kebun dan tim pengelola kebun. Pada halaman media sosial juga telah dilengkapi dengan alamat Kebun Berkah sehingga memudahkan masyarakat yang ingin berkunjung ke sana.

3.3 Pelatihan Pengelolaan *Website* dan Media Sosial

Kegiatan ini dimulai dengan sosialisasi laman *website* dan media sosial yang telah dirancang. Setelah itu dilanjutkan dengan penjelasan fitur dan menu utama yang ada di *website* dan media sosial. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 29 Mei 2021 yang diikuti oleh pak Sukirno dan tim agar mampu mengoperasikan *website* dan Instagram yang telah dibuat. Dokumentasi pelatihan dapat dilihat pada Gambar 5.



Gambar 5. Sosialisasi dan Pelatihan Penggunaan Instagram dan Website

Sumber: Tim Pengabdian, 2021

Pelatihan dilakukan secara informal menggunakan *handphone* milik Pak Sukirno. Pelatihan dimulai dari pengenalan menu dasar dalam Instagram dan Facebook seperti menu untuk mengubah profil, menambah konten foto, membuat postingan informasi, dan membuat *Instagram Story*. Setelah pelatihan, pak sukirno diminta untuk simulasi membuat *Instagram Story* dan mengunggah foto di konten Instagram. Sedangkan pada pelatihan pengoperasian *website*, pak Sukirno didampingi oleh perwakilan dari Karang Taruna setempat dikarenakan pengelolaan *website* yang lebih rumit dari pada media sosial. Pada pelatihan pengelolaan *website*, telah dikenalkan fitur-fitur utama dari *website* Kebun Berkah, serta dari mana fitur tersebut dibangun. Akan tetapi, karena dalam pengelolaan *website* dibutuhkan pemahaman tentang bahasa pemrograman, pak Sukirno dan Tim memilih untuk berkonsultasi kembali dengan tim pengabdian apabila ke depannya terdapat kesulitan atau kendala dalam pengoperasian.

3.4 Sosialisasi

Kegiatan ini dilakukan bersamaan dengan pelatihan pengelolaan *social media*, yaitu pada 29 Mei 2021. Sosialisasi dilakukan untuk memaparkan luaran kegiatan yaitu *website* dan sosial media kepada masyarakat setempat (Kelompok Wanita Tani) yang tinggal di RT. 37, Kelurahan Batu Ampar dengan harapan agar masyarakat setempat dapat mengetahui dengan jelas pemberdayaan yang ada di sekitarnya dan dapat turut serta dalam penyebaran informasi tentang Kebun Berkah. Dokumentasi sosialisasi kepada masyarakat sekitar dapat dilihat pada Gambar 6 dan 7.

Antusias dan apresiasi peserta sosialisasi dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan tim pengabdian dalam melaksanakan program pemberdayaan di Kebun Berkah. Respon yang diterima menunjukkan hasil apresiasi yang positif dari para peserta sosialisasi yang mayoritas adalah Ibu rumah tangga. Peserta berharap dengan meningkatnya promosi Kebun Berkah, dapat meningkatkan pendapatan hasil kebun serta masyarakat sekitar kebun. Pada ibu peserta sosialisasi juga berharap agar dapat dilakukan pelatihan lanjutan, misalnya pelatihan *digital marketing* maupun pelatihan pengolahan produk hasil panen kebun berkah agar mampu menambah pendapatan. Selain itu masyarakat juga berharap konsep ekowisata yang diinginkan oleh pemerintah Batu Ampar bisa terwujud, agar turut bisa merasakan manfaat ekonominya.



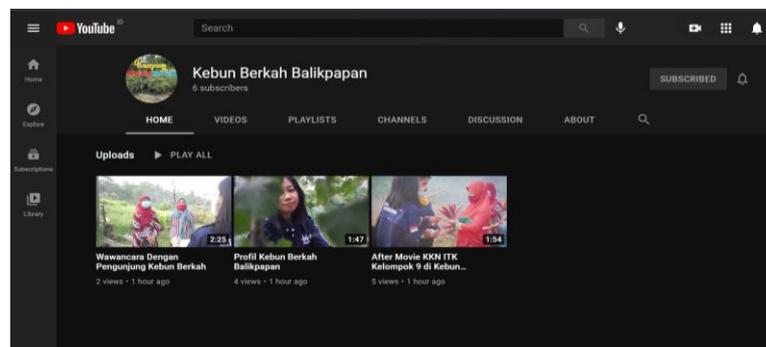
Gambar 6. Sosialisasi dengan Warga Setempat (1)
Sumber: Tim Pengabdian, 2021



Gambar 7. Sosialisasi dengan Warga Setempat (2)
Sumber: Tim Pengabdian, 2021

3.5 Pembuatan Video Dokumentasi Kegiatan

Aktivitas pengabdian masyarakat di Kebun Berkah telah didokumentasikan pada laman youtube Kebun Berkah Balikpapan. Pada media tersebut dapat dilihat profil kebun Berkah, dan beberapa gambaran hasil kebun. Selain itu, untuk melengkapi hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan, tim pengabdian telah mendokumentasikan video *aftermovie* yang merekap secara singkat keseluruhan kegiatan pemberdayaan yang dilakukan. Video tersebut dapat diakses pada tautan berikut <https://s.itk.ac.id/aftermovie..> Gambaran umum akun Youtube Kebun Berkah dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Akun Youtube Kebun Berkah
Sumber: Youtube Kebun Berkah, 2021

4. Kesimpulan

Dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan, dapat diambil beberapa evaluasi dan kesimpulan:

1. Kegiatan rancang bangun *website* dan media sosial Kebun Berkah telah memberikan alternatif media untuk promosi digital bagi pemilik kebun yang sebelumnya memiliki keinginan besar dalam membuat promosi melalui media digital namun terkendala dengan kemampuan pemilik kebun yang terbatas.
2. Luaran dari kegiatan ini sesuai dengan yang diinginkan dari pemilik kebun.
3. Masyarakat sekitar kebun memberikan dukungan yang positif terhadap luaran kegiatan dan bersedia untuk ikut mempromosikan media digital Kebun Berkah.

Selain itu, Berdasarkan masukan dan pendapat dari peserta sosialisasi hasil kegiatan pengabdian, kegiatan pengabdian dapat dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan pengolahan hasil produk Kebun Berkah. Pada kegiatan selanjutnya dapat diupayakan adanya pelatihan pengelolaan promosi digital yang lebih lanjut seperti memperkenalkan iklan digital pada pemilik kebun.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada LPPM ITK yang telah memberikan pendanaan kegiatan ini melalui hibah Program Mahasiswa Mengabdikan Desa 2021. Terima kasih juga untuk: Fitri Andriyani, M. Fahri, Ninda Elivia D. P, Prilia Puspita N, dan Yulia Dwi Cahyanti yang telah bergabung dalam tim pengabdian serta berkontribusi dalam menyelesaikan kegiatan ini. Selain itu, terima kasih kepada bapak Sukirno selaku pemilik Kebun Berkah dan mitra pengabdian masyarakat yang telah memberikan dukungan dan kepercayaan kepada tim.

Daftar Pustaka

- Adhanisa, C., & Fatchiya, A. (2017). Efektivitas Website Dan Instagram Sebagai. *Jurnal Sains Komunikasi Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(4), 451–466.
- Ardhana, I. P. G. (2018). *Evaluasi Perkembangan Ekowisata di Areal Kawasan Hutan*. 236–241. Direktorat Jendral Cipta Karya. (2016). Profil Kota Balikpapan. *Laporan Final Penyusunan RPIJM Kota Balikpapan*, 1–23.
- Nugroho, I., Hanafie, R., & Aditya, C. (2017). Studio Eduwisata dan Pelatihan Pelayanan Prima untuk Menunjang Manajemen Jasa Transportasi Pariwisata di Unit Bisnis Universitas Widyagama Malang (UWG). *Semnas Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 161–165.
- Palabiran, M., Cahyadi, D., & Arifin, Z. (2015). *Sistem Informasi Geografis Kuliner, Seni Dan Budaya Kota Balikpapan Berbasis Android*. 10(1).