



**KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
Nomor : K/UBL/FKDK/000/015/02/25**

**TENTANG
KEWAJIBAN DOSEN MELAKSANAKAN TRIDHARMA PERGURUAN TINGGI
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF UNIVERSITAS BUDI LUHUR
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2024/2025**

- Menimbang : a) Bahwa untuk meningkatkan kinerja Dosen dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi di Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
b) Bahwa dipandang perlu meningkatkan peran Dosen dalam pengembangan keilmuan dan karya nyata dalam kehidupan masyarakat.
- Mengingat : 1) Undang-Undang Nomor 12/Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2012 Nomor 5336);
2) Undang-Undang Nomor 20/Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);
3) Undang-Undang Nomor 60/Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 115, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3859);
4) Peraturan Pemerintah Nomor 17/Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 23);
5) Permendikbudristek Nomor 53 tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
6) Statuta Universitas Budi Luhur No. K/YBLC/KET/000/216/06/23;
7) Keputusan Pengurus Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti No. K/YBLC/KET/000/072/03/23 tentang Pengangkatan Dekan

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur untuk memiliki *roadmap* penelitian, menyusun rencana atau proposal penelitian, melaksanakan penelitian, dan menyusun karya ilmiah minimal satu karya dalam satu semester.
- Kedua : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat minimal satu kegiatan dalam satu semester.
- Ketiga : Mewajibkan setiap dosen Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk mengajar sesuai dengan jadwal dan mata kuliah yang telah ditetapkan Ketua Program Studi.
- Kempat : Dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi setiap dosen berkewajiban membuat laporan kepada Ketua Program Studi terkait dan bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
- Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 24 Februari 2025
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati



Lampiran Keputusan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur

Nomor : K/UBL/FKDK/000/015/02/25

Tentang : Kewajiban Dosen Melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur Semester Genap Tahun 2024/2025

NO	N A M A
1.	Abdul Azis, S.S, M.I.Kom
2.	Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si
3.	Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom
4.	Ahmad Thabathaba'I Saefudin, S.I.Kom., M.Ds.
5.	Dr. Ahmad Toni, S.Sos.I., M.I.Kom
6.	Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom
7.	Anastasia Putri Kristiani, M.I.Kom
8.	Anggun Putri Dewanggi I.B, S.Sos, M.M
9.	Arbi Cristional Lokananta, S.I.Kom., M.I.Kom
10.	Archita Desia Logiana, S.Ds., MM
11.	Dr. Arief Ruslan, S.Kom. M.Sn.
12.	Arif Nur Hidayat, S.Kom., M.I.Kom
13.	Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom
14.	Benny Muhdaliha, S.Sn., M.Sn
15.	Danang Soeminto, S.Sos., M.I.Kom
16.	Denik Iswardani Witarti, S.I.P, M.Si, Ph.D
17.	Dewi Pugersari, S.Ds, M.Ds
18.	Dhika Purnama Putra, S.I.Kom., M.Sn
19.	Dini Maryani Sunarya, S.Sos, M.Si
20.	Doddy Wihardi, S.I.P., M.I.Kom
21.	Dominggo Subandrio, S.Sn., M.I.Kom
22.	Dr. Dudi Iskandar, S.Ag., M.I.Kom
23.	Dwi Kristanto, S.H., M.M
24.	Drs. Dwi Prijono Soesanto, M.I.Kom
25.	Eko Sumardi, S.Sos., M.I.Kom
26.	Eryco Muhdaliha, S.E, M.M
27.	Fatma Misky, S.I.Kom., M.Sn
28.	Geri Suratno, S.I.Kom., M.I.Kom
29.	Harningsih, S.I.Kom., M.I.Kom
30.	Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom
31.	Dr. I.G.P. Wiranegara, S.Sn., M.Sn
32.	Dr. Indah Suryawati, S.Sos, M.Si
33.	Jeanie Annissa, S.I.P, M.Si
34.	Julaiha Probo Anggraini, S.Si, M.Kom
35.	Laksmi Rachmaria, S.Sos., M.I.Kom
36.	Liza Dwi Ratna Dewi, S.Sos, M.Si
37.	Medya Apriliansyah, S.E, M.Si
38.	Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom
39.	Muhammad Ikhwan, S.Sos., M.I.K
40.	Muhammad Iqbal Naufal, S.I.Kom., M.I.Kom
41.	Muhammad Shaufi, S.Pd.I., M.Pd.I
42.	Muhammad Syaid Agustiar, S.Sos., M.I.Kom
43.	Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom
44.	Dr. Nawiroh Vera, S.Sos, M.Si
45.	Nexen Alexandre Pinontoan, S.I.Kom., M.I.Kom
46.	Dr. Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, S.I.P, M.Si
47.	Nurfitrianah Octavianingrum Raharjo Putri, S.Sn., M.Sn
48.	Prof. Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A
49.	Putro Nugroho, S.S.T, M.I.Kom
50.	Dra. Rachmi Kurnia Siregar, M.I.Kom
51.	Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom
52.	Rahajeng Puspitosari, S.I.Kom., M.I.Kom
53.	Rama Romindo Utomo, M.I.Kom
54.	Rana Syakirah Rinaldi, S.I.Kom., M.I.Kom
55.	Ria Anggraini, S.I.Kom, M.I.Kom
56.	Ricky Widyananda Putra, S.I.Kom., M.Sn
57.	Rifqi Muflih, S.Sos, M.Si
58.	Rini Lestari, S.Sos., M.I.Kom
59.	Dr. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si
60.	Dr. Rocky Prasetyo Jati, S.P.T., M.Si
61.	Dr. Safriady, S.Sos, M.Si
62.	Sangga Arta Witama, S.I.Kom., M.I.Kom
63.	Sekarseta Prihatmadi, S.P.T., M.I.Kom
64.	Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si
65.	Sinta Dwi Utami, S.I.P., M.I.Kom
66.	Sukma Alam, S.I.Kom., M.I.Kom
67.	Suwarno, S.Sos., M.I.Kom
68.	Dr. Umaimah, S.Fil., M.Si
69.	Wahyu Arnisa, S.I.Kom., M.Ds.



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

70.	Wedha Stratesti Yudha, S.S., M.Sc
71.	Wenny Maya Arlena, S.Sos, M.Si
72.	Yousep Eka Irawan Apriandi, S.P.T., M.I.Kom
73.	Yuliana Choerul Reza, M.I.Kom
74.	Zakaria Satrio Darmawan, S.P.T., M.I.Kom

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 24 Februari 2025
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati



**YAYASAN PONDOK PESANTREN
DAN PANTI ASUHAN
AL-MARDIYAH
(Y A M A R)**

JL. Pesantren Al Ma'mur, Rt.003 Rw 03, Kreo Selatan,
Tangerang, Banten, Indonesia

Kode Pos 15156

Nomor : 102/PA.01.06 Tangerang, 9 April 2025

Lampiran : -

Perihal : Undangan Kepada

Yth. Bapak Abdul Azis, S.S,M.I.Kom
Fakultas Komunikasi dan Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur
Di
Tempat

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin pesat saat ini juga direspons positif oleh para santri pondok pesantren dengan memanfaatkannya untuk mempercepat penyampaian materi dakwah dan belajar. Melihat hal itu, para santri perlu diberikan pelatihan agar memperoleh bekal ketrampilan dalam memproduksi konten media digital. Terkait dengan hal tersebut, maka kami akan menyelenggarakan program pengajar tamu dengan tema “Pelatihan Produksi Konten Islami di Media Sosial Bagi Para Santri Pondok Pesantren”.

Oleh karena itu, kami mohon kesediaan Bapak Abdul Azis, S.S,M.I.Kom untuk menjadi narasumber pada kegiatan tersebut diatas yang akan dilaksanakan pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 24 April 2025

Waktu : Pukul 19.30 WIB s/d Selesai

Tempat : Pondok Pesantren Al Mardiyah, Kota Tangerang, Banten

Demikian surat undangan ini kami sampaikan, atas kerjasama dan perhatian Bapak kami mengucapkan terima kasih.

Pimpinan Pondok Pesantren Al Mardiyah Tangerang





Jakarta, 23 April 2025

Nomor : D/UBL/FKDK/000/004/04/25

Hal : **Surat Tugas**

Lamp. :-

Kepada Yth.

Abdul Azis, S.S, M.I.Kom

Dosen Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

Universitas Budi Luhur

di Tempat

Dengan hormat,

Melalui surat ini, kami menugaskan Dosen Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur yang tersebut di bawah ini:

No.	NIP	Nama	Jabatan
1.	170054	Abdul Azis, S.S, M.I.Kom	Dosen Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

Sebagai **Narasumber** pada **Pelatihan Produksi Konten Islami di Media Sosial Bagi Para Santri Pondok Pesantren**. Kegiatan tersebut dilaksanakan pada:

Hari / Tanggal : Kamis, 24 April 2025

Waktu : Pukul 19.30 WIB s/d Selesai

Tempat : Pondok Pesantren Al Mardiyah, Kota Tangerang, Banten

Mohon kiranya dapat melaksanakan tugas sebagaimana mestinya.

Demikian surat ini dibuat, atas perhatian dan kerjasamanya kami sampaikan terima kasih.

Hormat kami,

Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

Universitas Budi Luhur



Dr. Rocky Prasetyo Jati



YAKIIN

Yayasan Kesejahteraan Umat Islam Indonesia



SERTIFIKAT

APRESIASI

Dengan bangga dipersembahkan kepada:

ABDUL AZIS, S.S, M.I.KOM

Atas partisipasinya sebagai narasumber pada kegiatan Pelatihan Produksi Konten Islami di Media Sosial Bagi Para Santri Pondok Pesantren di Pondok Pesantren Al Mardiyah, Kota Tangerang, Banten pada tanggal 24 April 2025

Pimpinan Pondok Pesantren Al Mardiyah Tangerang



Ust. Asrori Jamil



BAGAIMANA MEMPRODUKSI KONTEN

oleh
Abdul Azis, S.S., M.I.Kom

Pengertian Konten

Konten (*content*) : isi, muatan, kandungan - merujuk pada isi situs/website di internet

KBBI; Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan, konten adalah berbagai macam format dan informasi yang tersaji melalui media, khususnya media baru (internet) berupa berupa teks (tulisan), gambar, suara (audio), atau video



Content is King/Konten adalah raja

Rajanya konten adalah video, makanya video menjadi konten terpopuler di internet dan dianggap paling menarik

Pengguna internet paling banyak mengkonsumsi media sosial

A decorative graphic on the left side of the slide. It features several 3D blocks in blue and orange. One prominent blue block has the text 'Social MEDIA' in white and blue. Other blocks have icons: a magnifying glass, a person, and a group of people. The background is a gradient of blue and white.

CONTENT

- Proses Penciptaan Konten ;
 - Proses perencanaan konten
 - Proses membuat konten
 - Proses mendistribusikan & menerbitkan konten melalui channel/saluran yang dipilih

PERAN

- Pada era digital saat ini, Content memiliki peran penting. Dengan konten menarik, berkualitas dan bermanfaat dapat menarik perhatian target audiens dan membangun hubungan lebih baik dengan audiens.

TAHAPAN MEMBUAT KONTEN

a. Menentukan Tujuan

Dengan menentukan dan merumuskan tujuan, akan bisa mengukur keberhasilan konten tersebut, baik dari proses pembuatan hingga proses pendistribusianya

b. Mapping Audiens/ Memetakan Audiens

Konten harus mempunyai segmen audiens yang jelas. Dalam membuat segmentasi audiens umumnya berdasarkan geografi, demografi, psikografi, maupun perilaku audiens. Perilaku tertentu dari audiens seperti kelompok minat atau kelompok gaya hidup.

TAHAPAN MEMBUAT KONTEN

- c. Ideasi Content & Planning
 - Menciptakan atau menemukan ide/gagasan terkait konten yang akan dibuat dan kemudian melakukan perencanaan.
 - Tentukan tema konten yang relevan dengan format konten yang akan dibuat yang sesuai dengan segmen audiens yang sudah ditentukan sebelumnya. Bentuk konten bisa berupa teks/tulisan atau dalam bentuk visual, seperti video short movie, atau gabungan keduanya

TAHAPAN MEMBUAT KONTEN

- d. Penciptaan/Produksi Konten
- Produksi konten harus dilakukan secara konsisten dan berkelanjutan. Banyak pihak yang cakap dibidangnya yang berkolaborasi dalam menciptakan konten yang menarik, berkualitas dan bermanfaat. Misalnya Scripwriter, Animator ataupun Videografer.

e. Distribusi Konten

Terdapat tiga kategori besar media yang bisa dimanfaatkan untuk distribusi konten yakni Owned Media, Paid Media, dan Earned Media.

TAHAPAN MEMBUAT KONTEN

- f. Amplifikasi Konten
- Kunci utama distribusi konten yang kuat adalah strategi amplifikasi konten yakni perlu didesain sedemikian rupa agar memiliki daya viral dan engagement yang lebih kuat. Peran influencer, Endorser, bahkan Buzzer menjadi penting dalam proses amplifikasi konten ini.
- Mereka berperan membuka akses konten kepada kelompok audiens yang lebih besar. Jika konten sudah viral atau menjadi bahan pembicaraan masyarakat, pemasar dan pembuat konten harus intensif terlibat dalam percakapan tersebut. Jika tidak ada komunikasi, kekuatan amplifikasi konten akan meredup/hilang.

TAHAPAN MEMBUAT KONTEN

g. Evaluasi

Evaluasi konten menjadi tahap penting karena untuk menilai performa dan strategi yang sudah dijalankan.

h. Pengembangan Konten

Salah satu cara dengan melihat performanya dengan lebih jelas dengan menilai tema, format, maupun kanal distribusinya. Pengukuran ini sangat penting bagi pengembangan konten ke depannya.

Content planning

- Content planning ;sebuah perencanaan untuk melakukan pengembangan konten, dengan maksud dan tujuan untuk mencapai target yang sudah direncanakan.
- Dalam perencanaan konten ; cari/masukan ide konten – topik/materi konten – detail konten – waktu unggahan konten - pilih platform untuk distribusi konten yang sudah dibuat

Content planning

- Perencanaan menjadi penting untuk memutuskan apa yang akan dilakukan dan kapan melakukannya
- Dengan *content planning*, dapat menentukan apa yang diperlukan untuk menerapkan strategi konten yang solid dan efektif.
- Content planning perlu riset untuk;
- mengetahui jenis konten yang sesuai dengan target pasar
- mengetahui hal apa saja yang membuat target pasar tertarik untuk melihat konten yang dibuat



Bagaimana Membuat Content Plan?

Libatkan audiens

**Mendistribusikan
Konten**

**Penguatan
Konten**

Evaluasi

Tantangan dalam Membuat Content

Bagaimana menciptakan konten yang dapat dikonsumsi dengan baik oleh para audiens yang sesuai.

(Solusinya adalah dengan memahami dan mengetahui audiens yang ingin kita tuju. Salah satunya adalah dengan meriset persona dari audiens dengan sangat mendetail)

Manfaat Perencanaan Konten

Postingan Konten jadi lebih teratur dan lebih konsisten

Konten yang akan dibuat akan lebih berkesinambungan (terarah dan seimbang)

Menghindari kebuntuan ide

Waktu menjadi lebih hemat dan maksimal

Dan yang pastinya dengan membuat *content plan*, menjadi lebih mudah untuk membuat, berkolaborasi, dan berbagi konten.

Tips & Trik Pembuatan Video Menggunakan Smartphone

- **Merekam video jangan pada posisi vertikal**
- Ingat; Layar komputer, TV dan tampilan *website* memiliki tampilan *landscape* alias horizontal.
- Video yang direkam dalam posisi vertikal tidak akan terlihat bagus di *device* lain karena bakal terlihat sempit, kecil dan memiliki cakupan fokus yang tidak luas. Apalagi nantinya mungkin video akan diunggah ke YouTube

- **Gunakan Tripod agar stabil**
- Bukan hanya Kamera DSLR dan *mirrorless*, *Smartphone* juga butuh tripod. Misalnya untuk merekam video seperti *timelapse* atau *vlog*.
- Banyak model tripod; tripod dengan kaki yang bisa dilipat dan tripod dengan kaki yang fleksibel, seperti *gorillapod*. Atau bisa juga *tablepods*, tripod dengan kaki mungil dan cocok ditaruh di permukaan datar seperti meja.
- Intinya Tripod sangat berguna untuk membuat video tetap stabil dan tidak berguncang. Lagipula kita jadi nggak repot memegangnya dengan tangan

Kunci fokus secara manual agar titik fokus tidak berpindah-pindah

Smartphone bisa mendeteksi titik fokus dan menyesuaikan eksposur secara otomatis. Sebenarnya fitur ini berguna untuk mengambil foto dengan cepat, namun akan mengganggu jika diterapkan untuk merekam video. Jika ada sedikit gerakan, *smartphone* akan menyesuaikan ulang eksposur dan titik fokus.

Hasil video mungkin akan *blur* dan terlalu terang atau terlalu gelap dengan sendirinya. Oleh karena itu, lebih baik kunci titik fokus secara manual.

Caranya dengan mengetuk layar di bagian yang diinginkan, lalu ikon gembok yang terkunci akan muncul. Dengan ini, fokus tidak akan berpindah-pindah ke titik lain.

Jangan merekam dengan menggunakan digital zoom

Jangan merekam video dengan melakukan *zoom in*, kalo *smartphone* memiliki *5x optical zoom*, ya bolehlah.

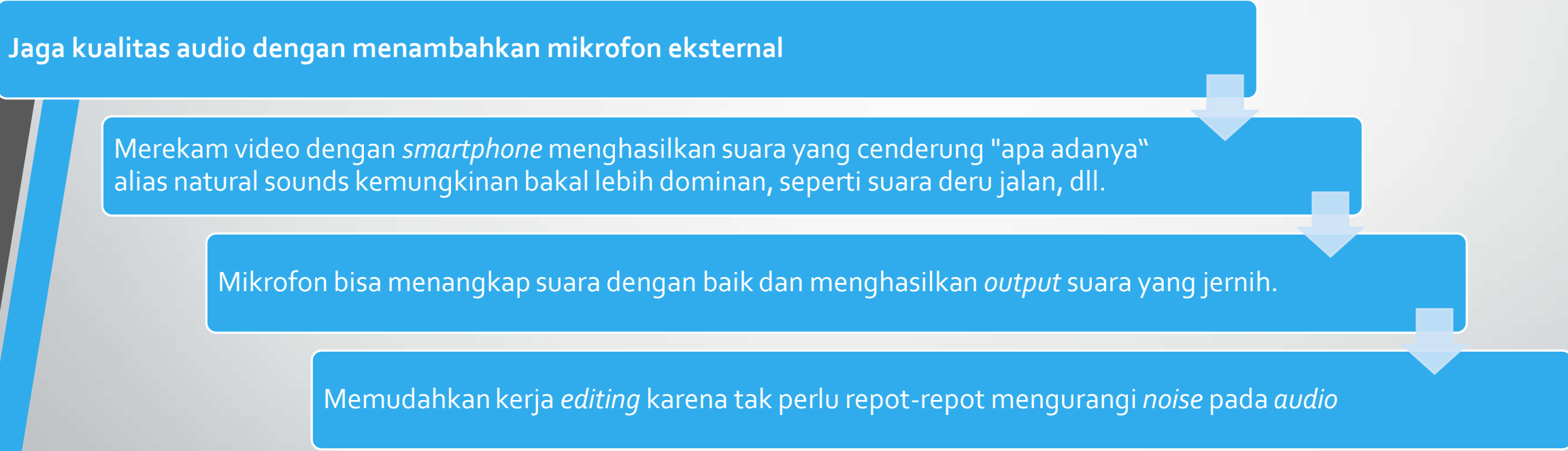
Pada umumnya *zoom* di kamera *smartphone* adalah *digital zoom*, bukan *optical zoom*. Membesarkan objek dengan *digital zoom* hanya akan membuat hasil menjadi pecah, *pixelated*, tidak *visually appealing* dan kurang fokus.

Jika ingin membesarkan objek dalam video, *there's nothing you can do but walk instead*. berjalanlah mendekati objek dan merekam lebih dekat agar tidak merusak kualitas video yang dihasilkan.

Jenis lensa kamera *smartphone* adalah *fixed lens*, sama seperti lensa kamera dengan panjang fokal tetap dan tidak bisa di-*zoom*.

- 
- **Perhatikan sumber cahaya saat merekam video**
 - Seperti halnya fotografi, dalam videografi, keberadaan cahaya sangat berpengaruh besar pada kualitas video.
 - Meski pencahayaan terbaik berasal dari cahaya alami, seperti sinar matahari namun matahari tidak bersinar selama 24 jam, so kita tetap butuh sumber cahaya lain untuk menerangi objek di video.
 - Tidak disarankan untuk menyalakan *flash* untuk menerangi objek di video, karena akan membuat bagian depan menjadi sangat terang, sementara *background* akan menjadi gelap.
 - Lebih baik tambahkan *extended lights* seperti memakai *portable LED lights*.

Jaga kualitas audio dengan menambahkan mikrofon eksternal



```
graph TD; A[Jaga kualitas audio dengan menambahkan mikrofon eksternal] --> B[Merekam video dengan smartphone menghasilkan suara yang cenderung "apa adanya" alias natural sounds kemungkinan bakal lebih dominan, seperti suara deru jalan, dll.]; B --> C[Mikrofon bisa menangkap suara dengan baik dan menghasilkan output suara yang jernih.]; C --> D[Memudahkan kerja editing karena tak perlu repot-repot mengurangi noise pada audio];
```

Merekam video dengan *smartphone* menghasilkan suara yang cenderung "apa adanya" alias natural sounds kemungkinan bakal lebih dominan, seperti suara deru jalan, dll.

Mikrofon bisa menangkap suara dengan baik dan menghasilkan *output* suara yang jernih.

Memudahkan kerja *editing* karena tak perlu repot-repot mengurangi *noise* pada *audio*

Tips & Trick Videografi Pakai Smartphone

- Camera Angle
Angle/posisi kamera harus diperhatikan dan disetting dengan baik.
- Camera Movement
Camera movement atau pergerakan perpindahan kamera secara halus dan stabil; gerakan maju mundur, naik turun, dll.
- Accessoris
manfaatkan bantuan aksesoris smartphone, stabilizer phone ataupun gimbal agar hasilnya lebih stabil dan maksimal. Menggunakan tongkat stabilizer juga sangat membantu jika ingin mengambil footage yang tinggi dan jauh.

- Slow Motion
fitur ini ada di handphone agar hasilnya menjadi footage yang cinematic juga.
- Lensa
lensa kamera handphone ada beberapa tipe; *Pertama*, standar lenses. Standar lenses ini dimana posisi kamera handphone yang standar/normal atau lurus dan sejajar baik bentuk landscape atau portrait. *Kedua*, Lensa Ultrawide untuk ukuran yang lebih lebar 0,5. *Ketiga*, Telephoto lenses, lensa ini bisa zoom video dengan jarak yang sangat jauh.
- Music and Sound Effects
Saat suara asli hasil video terdengar kasar atau sangat ribut, maka bisa padukan dengan music instrument atau sound effect agar terdengar lebih nyaman.

Camera Features

menggunakan cinematic mode agar video kamu lebih cinematic.

Colour Grading

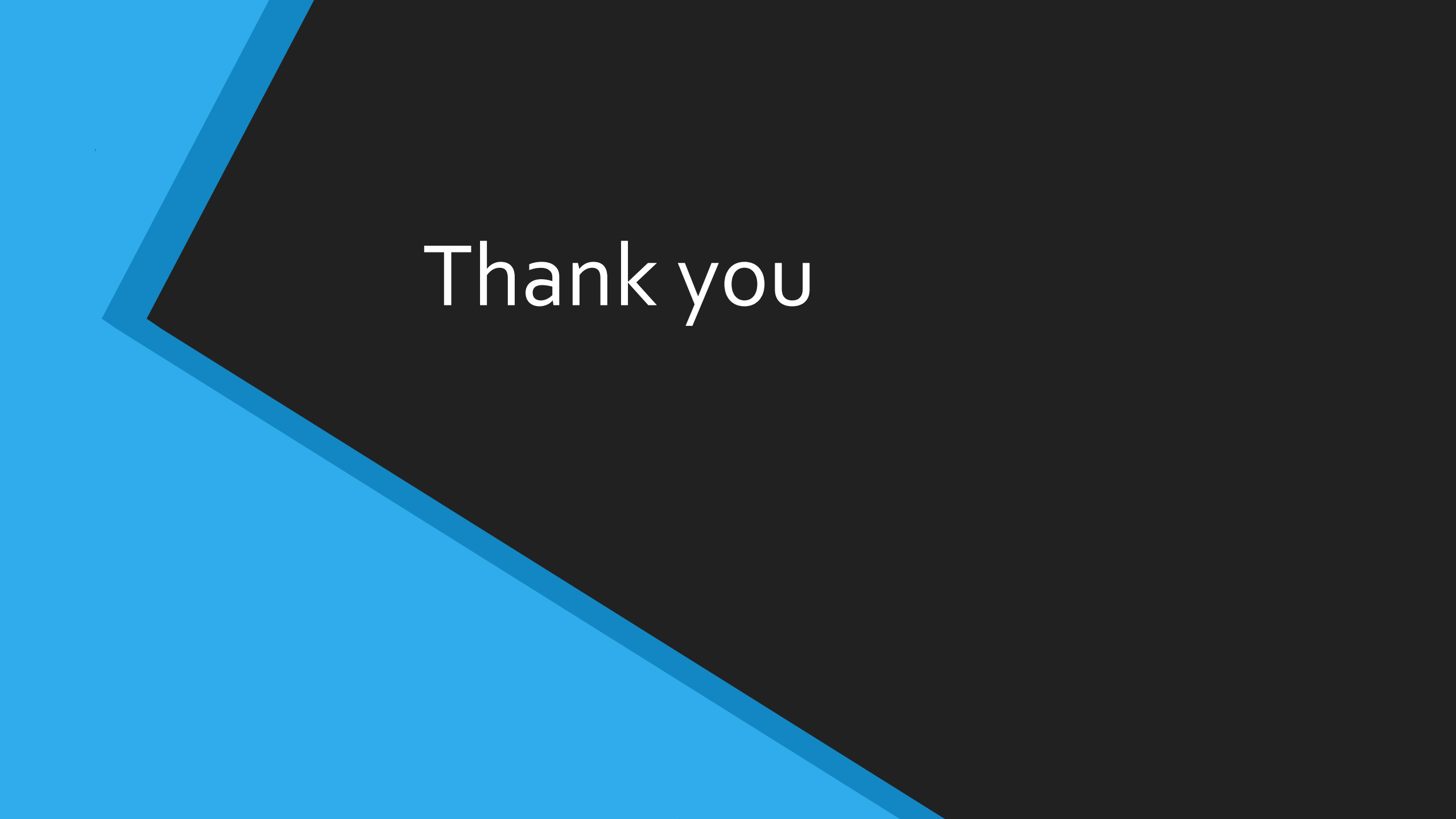
Agar hasilnya lebih cantik dan maksimal, warna pada shoot hasil video bisa diberikan effect warna atau dengan grading colour menggunakan software editing.

Camera Apps

menggunakan beberapa aplikasi kamera yang telah tersedia di toko aplikasi seperti aplikasi kamera untuk timelapse, hasil yang analog, dll

Selalu munculkan Kreativitas

temukan ide kreatif yang membuat video kita hasilnya lebih bagus



Thank you