

INOVASI PRODUK JAMU DAN STRATEGI KOMUNIKASI VISUAL:
PENDAMPINGAN KEMANDIRIAN EKONOMI SANTRI PONDOK
PESANTREN YAYASAN AR RODIAH SEMARANG

Wimzy Rizqy Prabhata¹, Evieta Rohana^{2*}, Khairul Anam³, Fitri Wulandari⁴,
Widyaningrum Utami⁵, Eva Annisaa⁶, Intan Rahmania Eka Dini⁷, Adhe Setya
Pramayoga⁸

¹⁻⁸Universitas Diponegoro

Email Korespondensi: evietarohana@lecturer.undip.ac.id

Disubmit: 31 Maret 2026

Diterima: 15 April 2026

Diterbitkan: 01 Mei 2026

Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v9i5.25431>

ABSTRAK

Jamu merupakan warisan pengobatan herbal Nusantara yang memiliki potensi ekonomi besar namun sering kali tidak menarik minat generasi muda. Diperlukan inovasi produk dan strategi visual yang kuat agar jamu dapat bersaing di pasar saat ini. Yayasan Ar Rodiah Semarang memiliki santri usia remaja dengan potensi kreativitas tinggi yang dapat diarahkan menjadi produsen kreatif melalui pendampingan kewirausahaan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan santri mengenai penyakit degeneratif, mengajarkan pembuatan jamu dalam bentuk *herbal shot*, dan meningkatkan kemampuan desain visual dan pemasaran. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan oleh tim KKNT 118 Universitas Diponegoro pada Juni hingga Agustus 2025 dengan melibatkan 29 santri. Metode yang digunakan adalah pendampingan partisipatif yang meliputi edukasi kesehatan, praktik formulasi sediaan, pelatihan teknik fotografi dan videografi produk, hingga uji coba pasar di Car Free Day (CFD) Tembalang. Data dikumpulkan melalui instrumen *pre- dan post-test* untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan. Hasil penilaian mendemonstrasikan peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan santri. Skor rata-rata meningkat sebesar 35,89 poin, dari nilai awal (*pre-test*) 52,31 menjadi 88,21 pada *post-test*. Santri berhasil memproduksi *herbal shot* yang siap untuk dipasarkan dan mampu menyusun konten pemasaran visual yang estetik untuk meningkatkan daya tarik produk. Pendampingan interaktif dan terintegrasi dari hulu hingga hilir terbukti efektif mengubah paradigma santri dari sekadar penjual jamu tradisional menjadi produsen kreatif. Integrasi antara inovasi produk herbal dan komunikasi visual menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing produk jamu di pasar modern.

Kata Kunci: Herbal Shot, Jamu, Komunikasi Visual, Kreativitas Remaja, Pendampingan Partisipatif

ABSTRACT

Jamu, an Indonesian herbal medicine, has significant economic potential but often fails to attract younger generations. Strong product innovation and visual strategies are essential for jamu to compete in today's market. The Ar Rodiah

Foundation in Semarang oversees teenage students (santri) with high creative potential who can be directed toward becoming creative producers through entrepreneurial mentoring. This activity aims to increase students' knowledge regarding degenerative diseases, the production of jamu in the form of "herbal shots," and the enhancement of visual design and marketing capabilities. The UNDIP KKNT 118 team conducted this community service activity from June to August 2025, involving 29 students. The method used was participatory mentoring, which included health education, formulation practice, training in product photography and videography techniques, and market testing at the Tembalang Car Free Day (CFD). Data were collected through pre- and post-tests to measure improvements in knowledge and skills. The results showed a significant increase in students' knowledge and skills. The average score increased by 35.89 points, rising from an initial pre-test value of 52.31 to 88.21 in the post-test. The students successfully produced herbal shots tailored to market preferences and were able to create aesthetically pleasing visual marketing content to enhance product appeal. Interactive and integrated mentoring, from upstream to downstream, has proven effective in shifting students' paradigms from traditional jamu sellers to creative producers. The integration of herbal product innovation and visual communication is the primary key to increasing the competitiveness of jamu products in the modern market.

Keywords: *Herbal Shot, Jamu, Visual Communication, Adolescent Creativity, Participatory Mentoring.*

1. PENDAHULUAN

Jamu merupakan warisan pengobatan herbal Nusantara yang telah dikenal lama oleh masyarakat Indonesia baik sebagai bahan untuk pengobatan ataupun preventif (Yaman et al., 2014). Produksi jamu bisa dilakukan dengan metode yang beragam, mulai dari metode yang sederhana hingga menggunakan teknologi tinggi (Raswadiyanto & Pujiyanto, 2023). Untuk menghasilkan produk jamu yang berkualitas dan berdaya saing tinggi, pemilihan bahan menjadi kegiatan awal yang perlu diperhatikan (Kartini et al., 2019). Edukasi mengenai penanaman bahan baku menjadi titik awal yang krusial (Taberima et al., 2025). Pemanfaatan lahan budidaya tanaman obat keluarga (TOGA) harus dilakukan dengan prinsip agrikultur yang tepat untuk menjamin ketersediaan bahan baku yang berkelanjutan. Pemilihan bahan baku yang berkualitas—baik dari segi usia panen, kadar air, hingga bebas dari kontaminan—merupakan determinan utama khasiat sebuah ramuan herbal (Amrutanand et al., 2021). Tanpa kontrol kualitas pada pemilihan simplisia, produk akhir akan memiliki kualitas yang kurang baik.

Salah satu kelompok masyarakat yang berpotensi meningkatkan daya saing jamu adalah remaja karena memiliki kreativitas tinggi sekaligus menjadi pasar yang potensial. Di lain pihak tren penggunaan produk jamu juga ditengarai mengalami peningkatan sejak mulai muncul produk jamu yang kekinian, dengan rasa yang menarik dan menggunakan kemasan yang baik (Nugraheni & Palupiningtyas, 2024). Yayasan Ar Rodiah Semarang sebagai lembaga pendidikan memiliki banyak santri remaja yang mulai menunjukkan minat dalam kegiatan kewirausahaan dan pengembangan produk jamu. Namun minat yang tinggi ini tidak diimbangi dengan

pengetahuan dan kemampuan santri dalam inovasi produk herbal, pengolahan jamu modern, dan pemasaran digital. Produk yang dihasilkan umumnya masih bersifat konvensional dengan tampilan sederhana sehingga daya saingnya di pasar modern relatif rendah. Kesenjangan antara potensi kreativitas dan pengetahuan serta keterampilan teknis ini menjadi alasan penting dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hal ini mendorong mahasiswa KKNT 118 Universitas Diponegoro bersama dosen pendamping untuk melakukan kegiatan pendampingan agar kreativitas santri dapat diarahkan secara lebih produktif.

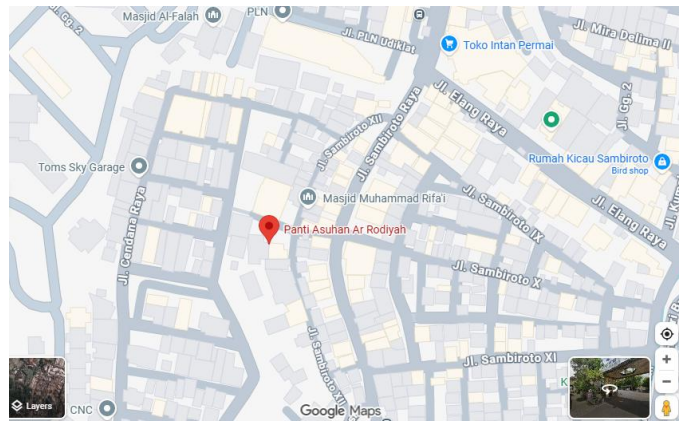
Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah melalui diversifikasi produk jamu menjadi bentuk yang lebih praktis dan menarik. *Herbal shot* merupakan inovasi produk yang mudah dikonsumsi serta tetap memiliki manfaat kesehatan, sehingga diharapkan dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk jamu (Murniaty et al., 2023). Upaya lainnya dapat dilakukan dengan meningkatkan daya tarik visual produk jamu. Komunikasi visual menjadi bahasa pertama yang digunakan dalam berinteraksi dengan konsumen (Vlasov, 2025), kegagalan dalam menyajikan branding yang estetik dapat menyebabkan produk berkualitas tinggi kehilangan pasar (Farhia, 2011). Oleh karena itu, imaging (fotografi produk) dan videografi bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan instrumen vital dalam membangun identitas merek yang profesional. Melalui integrasi edukasi dari hulu (penanaman dan pemilihan bahan) hingga hilir (produksi standar dan pemasaran visual), maka diharapkan kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa KKNT 118 Universitas Diponegoro ini dapat mengubah paradigma santri dari sekadar "penjual jamu" menjadi "produsen kreatif".

2. MASALAH DAN RUMUSAN PERTANYAAN

Hasil dari investigasi pada masyarakat dan santri di Yayasan A Rodiah Semarang, muncul masalah actual yang banyak ditemui dimasyarakat. Rumusan masalah yang timbul adalah:

- 1) Apakah program pelatihan inovasi jamu dapat meningkatkan pengetahuan siswa Yayasan Ar Rodiah Semarang mengenai penyakit degenerative dan formulasi jamu untuk mengatasi penyakit tersebut?
- 2) Apakah pendampingan yang dilaksanakan dapat meningkatkan keterampilan siswa dalam membuat jamu (*herbal shot*), komunikasi visual untuk keperluan marketing dan pemasaran?

Lokasi kegiatan pengabdian Masyarakat KKNT 118 Universitas Diponegoro tahun 2025 ditunjukkan pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1. Peta Lokasi Yayasan Ar Rodiyah Semarang sebagai tempat KKNT 118 UNDIP

3. KAJIAN PUSTAKA

Kreativitas pada bidang pendidikan merupakan sebuah proses berpikir kritis dan investigasi secara menyeluruh untuk memecahkan masalah (problem solving) (Supriandi, 2023). Dalam proyek produksi jamu, kreativitas siswa dikembangkan untuk melakukan pengolahan sumber daya lokal. Jamu yang sering kali dipandang sebagai produk "masa lalu" yang pahit dan kuno (Isnawati, 2021), bertransformasi melalui tangan siswa menjadi produk yang relevan dengan tren Kesehatan pada masa ini.

Pendampingan (mentoring) dalam pendidikan kewirausahaan siswa saat ini bergeser dari model instruksional menuju partisipatif (St-Jean, 2013). dalam teori pemberdayaannya menyebutkan bahwa pendamping berperan sebagai fasilitator yang menghargai pengetahuan subjek didik (Afdhal et al., 2023). Pendampingan bertujuan membangun kepercayaan diri siswa, membuktikan bahwa mereka mampu mengelola warisan leluhur menjadi komoditas bernilai tinggi. Pendekatan ini memastikan bahwa siswa tidak hanya terampil secara teknis, tetapi juga memiliki rasa kepemilikan (sense of ownership) terhadap produk yang mereka ciptakan.

Perubahan gaya hidup dan teknologi menginisiasi transformasi jamu tradisional menjadi format herbal shot merupakan bentuk inovasi yang meningkatkan keberterimaan jamu di masyarakat. Herbal shot yang diformulasi secara sederhana dengan cara penggunaan yang mudah tetapi tetap mengedepankan aspek Kesehatan merupakan pilihan yang cocok untuk gaya hidup masa kini. Tantangan utama dalam produksi ini adalah menjaga stabilitas senyawa aktif dalam bahan herbal (Muyumba et al., 2021) dan memastikan rasa yang dapat diterima oleh lidah generasi muda. Standarisasi produksi, mulai dari pemilihan simplisia hingga pengemasan adalah fondasi utama agar produk herbal tidak hanya menarik secara tampilan, tetapi juga memiliki integritas medis yang dapat dipertanggungjawabkan (Taberima et al., 2025)

Desain visual pada media promosi bukan hanya sebagai aspek estetika, melainkan bahasa visual yang menyampaikan aspek marketing. Pemanfaatan media konvensional, media social dapat meningkatkan efektivitas marketing (Soebandhi et al., 2024). Pada produk herbal shot, desain kemasan

dan media promosi harus mampu menjembatani kontradiksi antara "obat" yang memberikan efek terapeutic dan "minuman" yang menyenangkan.

Keterlibatan siswa dalam produksi hingga pemasaran memberikan dampak yang positif bagi siswa. Peningkatan pengetahuan akan lebih signifikan karena praktik langsung (Purba et al., 2025) Kewirausahaan dalam sekolah bukan sekadar tentang mencari laba, melainkan tentang membentuk mental yang tangguh dan kreatif dalam menghadapi pasar.

Tantangan dari kegiatan ini adalah bagaimana upaya peningkatan pemahaman siswa mengenai jamu dan bagaimana cara meningkatkan *branding* dan *marketing* produk tersebut sehingga dapat diterima oleh Masyarakat.

4. METODE

Pelaksanaan kegiatan bimbingan teknis dilaksanakan di Yayasan Ar Rodiah Kota Semarang dengan sasaran siswa kelas 10,11 dan 12. Kegiatan pendampingan dan pelatihan dilakukan oleh dosen pembimbing lapangan dan mahasiswa KKNT 118 tahun 2025 Universitas Diponegoro. Rangkaian kegiatan dilakukan mulai tanggal 15 Juni 2025 hingga 16 Agustus 2025 dan dilakukan secara terintegrasi, dimulai dari menggali informasi awal siswa mengenai penyakit dan Kesehatan (sindrom metabolic), edukasi/ pemberian informasi mengenai penyakit tersebut, pengenalan produk jamu sebagai alternatif terapi komplementer, formulasi sediaan jamu, pembuatan jamu (herbal shot), teknik marketing visual (pengambilan gambar produk, videografi, dan pelabelan), serta praktek untuk memasarkan produk.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan sebagai upaya pemberdayaan santri dalam mengembangkan potensi diri dalam peningkatan kreativitas melalui inovasi produk jamu agar lebih mudah dikenal yang dipadukan dengan strategi komunikasi visual. Kegiatan diawali dengan tahap identifikasi potensi dan kebutuhan mitra, yaitu Pondok Pesantren Yayasan Ar Rodiah Semarang. Pada tahap ini dilakukan observasi dan diskusi bersama pengelola pesantren untuk memahami kondisi awal santri, potensi sumber daya yang tersedia, serta peluang pengembangan usaha berbasis produk herbal. Pre test juga dilaksanakan untuk mengukur pengetahuan dasar dari santri (Adri, 2020).

Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan pelatihan inovasi produk jamu. Pada tahap ini santri diperkenalkan pada penyakit degenerative yang saat ini banyak diderita masyarakat kemudian dilanjutkan dengan pengenalan berbagai jenis bahan herbal yang umum, mudah didapatkan dan digunakan dalam pembuatan jamu, teknik pengolahan yang baik, serta cara mengembangkan varian produk jamu yang lebih adaptif terhadap selera pasar saat ini. Gambar 2 menunjukkan kegiatan edukasi mengenai penyakit degenerative dan formulasi jamu yang telah dilakukan oleh dosen pendamping lapangan dan mahasiswa KKN. Kegiatan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga menekankan praktik langsung pembuatan jamu agar santri dapat memahami proses produksi secara lebih konkret. Proses pendampingan dengan praktek langsung akan meningkatkan keterampilan dari peserta (Jumriati et al., 2026).



Gambar 2. Pemberian materi dan praktik pembuatan jamu herbalshot oleh santri Yayasan Ar Rodiyah dengan pendampingan mahasiswa KKNT 118 Undip

Selain aspek produksi, program ini juga memberikan pendampingan terkait strategi komunikasi visual. Santri dikenalkan pada konsep dasar desain kemasan, pembuatan label produk, pembuatan foto dan video marketing untuk meningkatkan daya jual produk (Ridwan et al., 2024). Pendampingan ini bertujuan agar produk jamu yang dihasilkan tidak hanya berkualitas dari segi manfaat, tetapi juga memiliki tampilan yang menarik dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Hasil pendampingan komunikasi visual ini disajikan pada gambar 3.



Gambar 3. Hasil pengambilan gambar, editing sarana marketing dan label kemasan jamu yang disusun oleh santri Yayasan Ar Rodiyah dengan pendampingan mahasiswa KKNT 118 Undip

Para siswa juga diberi pendampingan dalam proses penjualan produk. Jamu yang dihasilkan kemudian diuji coba pasar pada kegiatan CFD di daerah UNDIP Tembalang pada tanggal 3 dan 10 Agustus 2025. Kegiatan penjualan dan antusiasme pasar disajikan pada gambar 4.



Gambar 4. Kegiatan Penjualan produk jamu di CFD Tembalang pada 3 dan 10 Agustus 2025 dengan pendampingan mahasiswa KKNT 118 Undip

Seluruh rangkaian kegiatan diakhiri dengan tahap monitoring dan evaluasi untuk melihat perkembangan pemahaman serta keterampilan santri setelah mengikuti program. Melalui proses refleksi bersama tim KKN dan mitra dapat mengidentifikasi capaian kegiatan, post test sekaligus rencana peluang pengembangan program di masa mendatang. Kegiatan refleksi dilakukan untuk penguatan konsep, menghubungkan materi dan analisis (Sakung et al., 2024). Dari data pre dan post test yang telah dikerjakan oleh 29 santri, diketahui terdapat peningkatan pengetahuan mengenai penyakit degenerative, kemampuan untuk memformulasi jamu, dan kemampuan menyusun desain visual sebesar 35,89 poin (Nilai rata-rata pre test adalah 52,31 dan nilai rata-rata post test adalah 88,21). Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pendampingan memberikan dampak yang positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan santri. Praktek secara langsung dalam proses pembuatan jamu, serta pendampingan desain visual dan marketing diharapkan dapat memberikan bekal keterampilan dan berdampak secara ekonomi bagi santri. Pendampingan dan praktek langsung yang telah dilakukan siswa Ar Rodiyah dengan pendampingan dari mahasiswa KKNT 118 UNDIP telah memberikan perubahan yang terlihat dari naiknya antusiasme dari siswa dalam meningkatkan keterampilan berwirausaha utamanya dalam trik marketing.

6. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan oleh mahasiswa KKNT 118 Undip terbukti efektif meningkatkan pengetahuan tentang penyakit degeneratif serta keterampilan produksi dan pemasaran produk jamu melalui inovasi produk dan komunikasi visual. Pendampingan yang interaktif dan kreatif juga meningkatkan minat serta kreativitas santri, khususnya dalam desain visual dan pemasaran, sekaligus mendorong kemandirian ekonomi santri di Pondok Pesantren Yayasan Ar Rodiyah Semarang. Kedepannya, kegiatan pendampingan dapat dilakukan tidak hanya untuk produksi jamu, tetapi dengan produk-produk lain yang bernilai jual tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Universitas Diponegoro yang telah memberikan dukungan finansial kegiatan melalui

hibah Pengabdian kepada Masyarakat skema Kuliah Kerja Nyata Tematik dengan nomor Surat Pelaksanaan Kegiatan : 274-121/UN7.D2/PM/IV/2025.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Adri, R. F. (2020). Pengaruh Pre-Test Terhadap Tingkat Pemahaman Mahasiswa Program Studi Ilmu Politik Pada Mata Kuliah Ilmu Alamiah Dasar. *Menara Ilmu*, *Xiv*.
- Afdhal, A., Mustanir, A., Ilmi, A., Aksal, F., Iwan, M., Kusnadi, H., Fauzan, R., Duwi, A., Rina, S., & Abdurohim, W. (2023). *Pemberdayaan Masyarakat* (1st Ed.). Pt. Global Eksekutif Teknologi. www.Globaleksekutifteknologi.Co.Id
- Amrutanand, S. T., Annegowda, H. V., & Das, K. (2021). Influence Of Pre And Post-Harvest Technologies In Effective Yield, Yield Attributes And Quality Enhancement Of Medicinal And Aromatic Plants For Healthy Life. *Annals Of Phytomedicine: An International Journal*, *10*(1). <https://doi.org/10.21276/ap.2021.10.1.5>
- Farhia, Y. (2011). Desain Komunikasi Visual Untuk Menunjang Penjualan Berbasis Bisnis Online Bagi Pemula. *Humaniora*, *2*.
- Friska Purba, L., Ansyari Guci, D., Lubis, R., Novrini, S., Pancing Pasar Barat, J. V., Estate, M., Baru, K., Sei Tuan, P., Percut Sei Tuan, K., & Deli Serdang, K. (2025). Developing Marketing Strategies For Student Entrepreneurship Products At Sma Negeri 1 Karo To Improve Economic Independence And Business Skills. *Journal Abdimas Paspama*, *3*(02), 95-102.
- Isnawati, D. L. (2021). Minuman Jamu Tradisional Sebagai Kearifan Lokal Masyarakat Di Kerajaan Majapahit Pada Abad Ke-14 Masehi. *Journal Pendidikan Sejarah*, *11*(2). <https://www.google.com/amp/s/www.goodnewsfromindonesia.id/2017/0>
- Jumriati, Erniati, Syukriady, D., Arief, H. S., Nurdiansyah, E., Chairil Imran, M., Mu, A., Anisa, R., & Korespondensi, P. (2026). Pendampingan Program Magang Pendidikan Sebagai Upaya Pengembangan Dan Optimalisasi Keterampilan Mengajar Mahasiswa. *Jurnal Abdimas Indonesia*, *6*(1). <https://dmi-journals.org/jai/>
- Kartini, K., Jayani, N. I. E., Octaviyanti, N. D., Krisnawan, A. H., & Avanti, C. (2019). Standardization Of Some Indonesian Medicinal Plants Used In "Scientific Jamu." *Iop Conference Series: Earth And Environmental Science*, *391*(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/391/1/012042>
- Krisnawati Setyaningrum Nugraheni, & Dyah Palupiningtyas. (2024). Studi Kelayakan Usaha Minuman Jamu Kekinian. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, *3*(4), 145-159. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i4.4957>
- Murniaty, D., Yenny², M., Putra³, R. P., Saptadinata, A., Septian, B., & Sahid, P. (2023). Nomor 1. Maret 2023 *Jurnal Sains Terapan Pariwisata Halaman*. *8*, 49-60.
- Muyumba, N. W., Mutombo, S. C., Sheridan, H., Nachtergael, A., & Duez, P. (2021). Quality Control Of Herbal Drugs And Preparations: The Methods Of Analysis, Their Relevance And Applications. *Talanta Open*, *4*,

100070.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/J.Talo.2021.100070>

- Raswadiyanto, D. A. K. N., & Pujiyanto, W. E. (2023). Recovery Jamu Tradisional Menjadi Produk Berdaya Saing Global. *Dewantara : Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 2(3), 71-82. <https://doi.org/10.30640/Dewantara.V2i3.1308>
- Ridwan, A., Fithri, D. L., Susanti, D. A., Winarso, R., Gunawan, B., Mulyati, S., & Nugraha, F. (2024). Pelatihan Visualisasi Produk Untuk Digital Marketing Pada Ukm Batik Bakaran Kabupaten Pati. *Jurnal Ikraith-Abdimas*, 8. <https://doi.org/10.37817/Ikra-lthabdimas.V8i3>
- Sakung, N. T., Fitriana, A., Diawanto, F., Wahidah, N. I., Sekolah, D., Keguruan, T., Ilmu, D., Kumala, P., Metro, L., Universitas, D., Ulama, N., & Abstract, L. (2024). Penerapan Kegiatan Refleksi Untuk Meningkatkan Pemahaman Mahasiswa Terhadap Matakuliah Belajar Dan Pembelajaran. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(13), 1007-1011. <https://doi.org/10.5281/Zenodo.13163246>
- Soebandhi, S., Aditya Program Studi Manajemen, D., Wijaya Kusuma Surabaya, U., & Dukuh Kupang Xxv, J. (2024). Pelatihan Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Untuk Produk Usaha Mikro Kecil Di Surabaya Training In Marketing Communication As A Promotional Media For Micro And Small Business Products In Surabaya. *Igkojei: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 25-35. <https://doi.org/10.46549/Igkojei>
- St-Jean, E. (2013). The Effect Of Mentor Intervention Style In Novice Entrepreneur Mentoring Relationships. *Mentoring & Tutoring*, 21. <https://doi.org/10.1080/13611267.2013.784061>
- Supriandi, S. (2023). Pengembangan Keterampilan Kritis Dan Kreatif Melalui Pendidikan Berbasis Masalah: Pendekatan Praktis Di Kelas (Studi Pada Salah Satu Sekolah Dasar Di Sukabumi). *Jurnal Pendidikan West Science*, 1, 271-282. <https://doi.org/10.58812/Jpdws.V1i5.380>
- Taberima, S., Prabawardani, S., Fenetiruma, O., Mbusango, A., Lenda Mawikere, N., & Djunita Natalia Luhulima, F. (2025). Pelatihan Teknis Technical Training On Seedbeds, Nurseries, And Vegetable Cultivation In Undeveloped Land, Susweni-East Manokwari. *Igkojei: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 1-11. <https://doi.org/10.465>
- Vlasov, V. (2025). Visual Communications As The Basis Of An Effective Advertising Message. *Integrated Communications*, 19, 214-220. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.127>
- Yaman, E., Woerdenbag, H., & Kayser, O. (2014). Jamu: Indonesian Traditional Herbal Medicine Towards Rational Phytopharmacological Use. *Journal Of Herbal Medicine*, 4. <https://doi.org/10.1016/J.Hermed.2014.01.002>