

**PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* DAN *CONTENT CREATOR* SEBAGAI UPAYA
PENINGKATAN EKONOMI PADA TIM PENGGERAK PKK
SI DESA WATUAGUNG, TAMBAK**

Wulan Rahmadhani^{1*}, Johariyah², Wisanggeni Bagus Anggoro³

^{1,3}Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Gombong

²Universitas Al-Irsyad Cilacap

Email Korespondensi: wulanrahmadhani@unimugo.ac.id

Disubmit: 27 Agustus 2025

Diterima: 18 September 2025

Diterbitkan: 01 Oktober 2025

Doi: <https://doi.org/10.33024/jkpm.v8i10.22303>

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital membawa peluang besar dalam pemasaran produk lokal. Namun, pemanfaatan digital marketing dan peran sebagai content creator di kalangan Tim Penggerak PKK Desa Watuagung, Tambak masih terbatas. Kondisi ini berdampak pada kurang optimalnya promosi dan pemasaran produk, sehingga daya saing ekonomi masyarakat belum maksimal. Tujuan dari Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Tim Penggerak PKK dalam memanfaatkan digital marketing dan content creator sebagai strategi peningkatan ekonomi keluarga dan masyarakat desa. Metode kegiatan dilakukan melalui tiga tahap, yaitu (1) sosialisasi mengenai pentingnya digital marketing, (2) pelatihan teknis pembuatan konten kreatif berbasis media sosial, dan (3) praktik langsung serta pendampingan dalam pengelolaan akun pemasaran digital. Evaluasi dilakukan dengan pre-test dan post-test serta observasi keterampilan peserta. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan peserta dalam membuat konten digital, mengelola akun media sosial, serta memasarkan produk secara online. Peserta menjadi lebih percaya diri, kreatif, dan mampu memperluas jaringan pemasaran produk lokal. Kesimpulan: Pelatihan digital marketing dan content creator terbukti efektif sebagai strategi pemberdayaan Tim Penggerak PKK dalam meningkatkan ekonomi keluarga dan masyarakat di Desa Watuagung, Tambak.

Kata Kunci: Digital Marketing, Content Creator, Pemberdayaan PKK, Ekonomi Masyarakat.

ABSTRACT

The development of digital technology offers significant opportunities in the marketing of local products. However, the utilization of digital marketing and the role of content creators among the Family Welfare Empowerment (PKK) Team in Watuagung Village, Tambak, remain limited. This condition has resulted in suboptimal promotion and marketing efforts, thereby reducing the economic competitiveness of the community. The purpose of this community service activity is to enhance the knowledge and skills of the PKK Team in utilizing digital marketing and content creation as strategies to improve family and

community economic empowerment. The program was carried out in three stages: (1) socialization on the importance of digital marketing, (2) technical training on creative content development for social media, and (3) hands-on practice and mentoring in managing digital marketing accounts. Evaluation was conducted through pre-test and post-test assessments as well as observation of participants' skills. The results showed a significant improvement in participants' knowledge and abilities in creating digital content, managing social media accounts, and marketing products online. Participants became more confident, creative, and capable of expanding the marketing network of local products. Conclusion: Digital marketing and content creator training has proven to be effective as a strategy for empowering the PKK Team in improving family and community economic conditions in Watuagung Village, Tambak.

Keywords: *Digital Marketing, Content Creator, PKK Empowerment, Community Economy*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi (Fatkhurrohman et al., 2024). Salah satu peluang yang muncul adalah pemanfaatan *digital marketing* dan *content creation* sebagai strategi pemasaran yang efektif (Hamzah et al., 2022). Melalui pemanfaatan platform media sosial dan teknologi digital, produk lokal dapat dikenal lebih luas tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Namun demikian, literasi digital masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan, masih tergolong rendah sehingga pemanfaatan teknologi ini belum optimal (Ridwan & Sari, 2023).

Digitalisasi marketing memainkan peran penting bagi pelaku usaha dalam memasarkan produknya sehingga nantinya diharapkan mampu menaikkan penjualan (Gunawan et al., 2022). Kondisi ini jugalah yang mengakibatkan perubahan konsumen dalam memenuhi gaya hidup. Agar dapat terus meningkatkan kontribusi dan peran serta tersebut, pelaku usaha dituntut untuk berkecimpung di dalam platform digital. Dunia digital diperkirakan akan menjadi satu hal yang krusial bagi aktivitas bisnis (Nada Fitra Nabila & Oktifani Winarti, 2023).

Ditengah kesulitan dalam mempertahankan usaha agar tetap beroperasi, salah satu sektor yang diuntungkan adalah sektor yang menggunakan pelayanan digital/secara online (Ashokkumar, 2021). pasar online menjadi marak. Dengan memanfaatkan pasar online, interaksi secara langsung antara penjual dan pembeli dapat diminimalisir. Dalam skala lebih kecil, usaha kecil yang berorientasi pada usaha keluarga, terutama usaha yang dijalankan ibu-ibu, jugabutuh perhatian terhadap perubahan ini. Dengan keterbatasan modal yang dimiliki, serta terbatasnya pengetahuan untuk memaksimalkan fungsi dari sumber daya yang ada, menyebabkan terbatasnya ruang gerak para pelaku usaha kecil untuk dapat berkompetisi lebih aktif di pasar (Budiman & Agustiwi, 2022). Dengan keadaan seperti ini, dibutuhkan penyelesaian yang berawal dari akar kebutuhan dari pelaku usaha itu sendiri dan permintaan pasar (Megananda et al., 2023).

Bagaimana pemasaran produk dilakukan secara sederhana dengan sosial media tetapi mendapatkan keuntungan yang maksimal di setiap usaha dan produk nya dan dapat meminimalisir biaya pengeluaran dalam

promosi produk (Aisyah & Rachmadi, 2022) sehingga salah satu cara untuk mengembangkan dan memasarkan produk lebih luas salah satu caranya adalah perlu adanya Digitalisasi Marketing yang mana ini akan mempermudah usaha. Peran digitalisasi sangat penting bagi pemilik usaha dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan yang menentukan daya saing UMKM (Pradiani, 2018). Salah satu indikator yang menentukan daya saing perusahaan adalah peningkatan volume penjualan (Novia et al., 2022). Digital marketing memainkan peran penting bagi pelaku usaha dalam memasarkan produknya sehingga nantinya diharapkan mampu menaikkan penjualan. Kondisi ini jugalah yang mengakibatkan perubahan konsumen dalam memenuhi gaya hidup Agar dapat terus meningkatkan kontribusi dan peran serta tersebut, pelaku usaha dituntut untuk berkecimpung di dalam platform digital (Adji Widodo et al., 2022). Dunia digital diperkirakan akan menjadi satu hal yang krusial bagi aktivitas bisnis (Saragih & Purba, 2022).

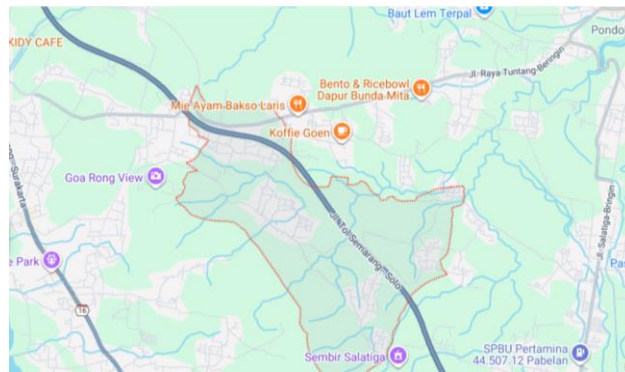
Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) merupakan sebuah program gerakan pembangunan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga (Wulan Rahmadhani, Adinda Putri Sari Dewi, Umi Laelatul Qomar, Eka Wuri Handayani, Tanti Azizah Sujono, Muhtadi, 2025). PKK telah berkembang di Masyarakat Indonesia dengan mayoritas keanggotaan dan penggerakanya adalah perempuan. PKK menjadi organisasi kerjasama perempuan yang berbasis komunitas. Menurut Harahap dan Wijayanti, perempuan memiliki peluang besar untuk berperan dalam pembangunan ekonomi, mewujudkan keadilan, kesetaraan, meningkatkan kesejahteraan, meningkatkan pemenuhan kebutuhan dasar dan sosial keluarga (Irawati et al., 2020). Pemberdayaan perempuan merupakan strategi dalam meningkatkan peran perempuan dalam mengembangkan potensi diri agar dapat mandiri dan bahkan dapat berkontribusi positif terhadap pendapatan ekonomi dan kesejahteraan keluarga. Peran perempuan dalam mendukung perekonomian salah satunya adalah pemberdayaan perempuan sebagai ibu rumah tangga (Setyawati & Ambarwati, 2020).

2. MASALAH DAN RUMUSAN PERTANYAAN

Tim Penggerak PKK sebagai organisasi perempuan di tingkat desa memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan ekonomi keluarga. PKK tidak hanya berfungsi dalam pemberdayaan keluarga, tetapi juga menjadi motor penggerak dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berbasis potensi lokal. Di Desa Watuagung, Kecamatan Tambak, banyak produk rumah tangga seperti makanan olahan, kerajinan tangan, dan hasil pertanian yang berpotensi dipasarkan secara lebih luas. Sayangnya, keterbatasan kemampuan anggota PKK dalam mengelola digital marketing dan menciptakan konten promosi menjadi kendala dalam meningkatkan nilai jual produk.

Pelatihan digital marketing dan content creator menjadi salah satu upaya strategis untuk menjawab tantangan tersebut. Melalui pelatihan ini, anggota PKK diharapkan mampu meningkatkan keterampilan dalam memasarkan produk melalui media digital, membuat konten kreatif yang menarik, serta membangun branding yang dapat meningkatkan daya saing. Dengan demikian, program ini diharapkan tidak hanya meningkatkan

kapasitas individu anggota PKK, tetapi juga berdampak pada peningkatan ekonomi keluarga dan masyarakat desa secara keseluruhan.



Gambar 1. Lokasi PKM

3. KAJIAN PUSTAKA

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet sebagai media utama untuk memperkenalkan produk dan jasa kepada konsumen. Menurut Kotler & Keller (2016), digital marketing memberikan peluang bagi pelaku usaha kecil untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan pemasaran konvensional. Penelitian oleh Pradiani (2017) menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang menerapkan digital marketing mampu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan konsumen secara signifikan (Zulkha Ermayda et al., 2019).

Bagi masyarakat desa, digital marketing menjadi solusi untuk memasarkan produk lokal tanpa terikat oleh keterbatasan wilayah. Dengan pemanfaatan media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan WhatsApp Business, produk desa dapat dipromosikan lebih efektif sehingga meningkatkan nilai ekonomi Masyarakat (Ririd et al., 2022).

Content creator berperan penting dalam menciptakan konten visual maupun audiovisual yang menarik untuk mempromosikan produk. Menurut Handayani (2020), konten kreatif yang dikemas dengan baik dapat meningkatkan engagement konsumen sekaligus membangun citra positif terhadap produk yang dipasarkan. Video pendek, foto produk dengan desain menarik, serta narasi storytelling merupakan bentuk konten yang terbukti mampu meningkatkan minat beli konsumen (Silvia et al., 2024).

Tim Penggerak PKK merupakan organisasi perempuan desa yang memiliki peran strategis dalam pembangunan keluarga dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Menurut Permendagri Nomor 1 Tahun 2013 tentang Pemberdayaan Masyarakat, PKK menjadi wadah pemberdayaan keluarga melalui 10 program pokok, salah satunya adalah pengembangan ekonomi keluarga. Penelitian oleh Lestari (2019) menunjukkan bahwa peran aktif PKK dalam mengembangkan keterampilan dan usaha produktif anggota dapat memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga (Seta et al., 2023).

Melalui pelatihan digital marketing dan content creator, PKK dapat mengoptimalkan perannya dalam meningkatkan perekonomian keluarga sekaligus mengembangkan potensi desa. Dengan demikian, keberadaan PKK

tidak hanya berfungsi sebagai penggerak kegiatan sosial, tetapi juga sebagai agen perubahan ekonomi berbasis digital.

4. METODOLOGI PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Desa Watuagung, Kecamatan Tambak, Kabupaten Banyumas. Pemilihan lokasi didasarkan pada potensi produk lokal yang dimiliki oleh masyarakat, serta adanya kebutuhan peningkatan keterampilan digital dalam pemasaran produk. Kegiatan dilaksanakan selama 5 bulan, mulai dari tahap persiapan, pelatihan, hingga pendampingan.

Peserta kegiatan adalah anggota Tim Penggerak PKK Desa Watuagung yang berjumlah 16 orang. Sasaran kegiatan difokuskan pada peningkatan kapasitas anggota PKK dalam menguasai keterampilan digital marketing dan content creator untuk mendukung pemasaran produk lokal.

Metode pelaksanaan pengabdian meliputi beberapa tahapan:

- 1) Tahap Persiapan
 - a) Survey awal untuk mengetahui kebutuhan pelatihan
 - b) Koordinasi dengan pemerintah desa dan tim penggerak PKK
 - c) Penyusunan kegiatan pelatihan digital marketing dan content creator
- 2) Tahap pelatihan
Pelatihan dilaksanakan melalui pendekatan *workshop* dan *hands-on practice*, meliputi:
 - a) Digital Marketing: strategi pemasaran online, pemanfaatan media sosial (Facebook, Instagram, TikTok, WhatsApp Business), serta teknik membuat katalog digital.
 - b) Content Creator: keterampilan fotografi produk, pembuatan video pendek, desain grafis sederhana menggunakan aplikasi (Canva/CapCut), dan teknik copywriting.
- 3) Tahap pendampingan dan monitoring
 - a) Peserta didampingi dalam membuat akun bisnis digital dan mempraktikkan promosi produk.
 - b) Monitoring dilakukan melalui evaluasi mingguan terkait konsistensi posting, kualitas konten, dan interaksi dengan konsumen.
 - c) Diskusi kelompok digunakan untuk membahas kendala serta memberikan solusi praktis.

Evaluasi dilakukan dengan dua pendekatan: Evaluasi Proses: melalui observasi keaktifan peserta selama pelatihan dan keterampilan yang ditunjukkan saat praktik. Evaluasi Hasil: dilakukan dengan membandingkan keterampilan peserta sebelum dan sesudah pelatihan, serta keberhasilan mereka dalam menghasilkan konten digital dan memasarkan produk melalui platform online.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil

Pelatihan digital marketing dan content creator telah dilaksanakan dengan melibatkan 16 orang anggota Tim Penggerak PKK Desa Watuagung. Kegiatan berlangsung selama lima bulan dengan tahapan pelatihan, praktik, dan pendampingan intensif. Hasil pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan rata-rata pengetahuan dan pemahaman

peserta mengenai strategi digital marketing sebesar 80% dibandingkan sebelum pelatihan. Sebanyak 80% peserta berhasil membuat akun bisnis di media sosial (Shopee , Instagram Business, dan WhatsApp Business).

Tabel 1. Perbandingan Hasil Sebelum Dan Sesudah Pelatihan Digital Marketing Dan Content Creator

NO	Aspek yang Dinilai	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan	Peningkatan (%)
1	Pengetahuan tentang digital marketing	Rata-rata skor pre-test: 45/100	Rata-rata skor post-test: 85/100	40%
2	Pemahaman penggunaan media sosial	40% peserta memiliki akun bisnis sederhana	80% peserta memiliki akun bisnis aktif (Shopee, IG, WA)	40%
3	Keterampilan membuat konten digital	Hanya 5% peserta mampu membuat konten sederhana	85% peserta mampu membuat foto/video promosi mandiri	90%

Dari tabel terlihat bahwa pelatihan digital marketing memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, serta dampak ekonomi anggota PKK. Aspek yang paling menonjol adalah peningkatan pemahaman media sosial dan kemampuan membuat konten kreatif yang langsung berimplikasi pada peningkatan penjualan produk.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

b. Pembahasan

Kegiatan pelatihan digital marketing dan content creator yang dilaksanakan pada Tim Penggerak PKK Desa Watuagung, Tambak menunjukkan hasil yang positif terhadap peningkatan kapasitas anggota PKK dalam bidang pemasaran produk lokal. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya mengandalkan penjualan konvensional melalui pasar

tradisional dan sistem mulut ke mulut, sehingga jangkauan konsumen terbatas. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu mengoptimalkan media sosial seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp Business sebagai sarana promosi dan pemasaran produk.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada aspek pengetahuan dan keterampilan peserta. Peserta tidak hanya memahami strategi pemasaran digital, tetapi juga mampu mempraktikkan pembuatan konten promosi sederhana berupa foto produk, video singkat, hingga poster digital. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa pelatihan berbasis digital dapat meningkatkan literasi teknologi dan mendorong pengembangan usaha mikro di pedesaan. Kondisi ini membuktikan bahwa pemanfaatan digital marketing berpotensi memperluas pasar, meningkatkan daya saing produk, serta mendukung kemandirian ekonomi masyarakat desa.

Dari sisi pemberdayaan, pelatihan ini juga mendorong tumbuhnya semangat kolaborasi dan kreativitas di kalangan anggota PKK. Peserta yang awalnya merasa kesulitan menggunakan teknologi digital, kini lebih percaya diri dan saling membantu dalam membuat konten. Hal ini menunjukkan bahwa program pelatihan tidak hanya berdampak pada peningkatan keterampilan individu, tetapi juga memperkuat solidaritas kelompok.

Dengan demikian, program pengabdian masyarakat ini dapat dikatakan berhasil dalam memberikan bekal keterampilan praktis dan aplikatif kepada Tim Penggerak PKK Desa Watuagung, Tambak. Namun demikian, diperlukan pendampingan berkelanjutan agar keterampilan yang telah diperoleh dapat terus dikembangkan, serta monitoring hasil pemasaran digital untuk memastikan keberlanjutan dampak ekonomi dalam jangka panjang.

6. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan digital marketing dan content creator bagi Tim Penggerak PKK Desa Watuagung, Tambak berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta motivasi anggota PKK dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran produk lokal. Sebelum pelatihan, peserta umumnya hanya mengandalkan metode pemasaran konvensional dengan jangkauan terbatas. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu menggunakan media sosial dan platform digital untuk memperluas promosi, menciptakan konten kreatif, serta menjangkau konsumen di luar wilayah desa.

SARAN

Dengan demikian, pelatihan digital marketing dan content creator dapat menjadi strategi efektif dalam upaya pemberdayaan perempuan desa sekaligus peningkatan ekonomi keluarga. Untuk menjaga keberlanjutan program, diperlukan pendampingan lanjutan, monitoring perkembangan usaha, serta dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah desa maupun lembaga terkait, agar hasil pelatihan dapat terus memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Selaku pelaksana kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, kami mengucapkan terima kasih kepada pemberi dana kegiatan ini yaitu Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi (Kemendiknasaintek) melalui hibah DPPM tahun anggaran 2025 yang kami dapatkan. Ucapan terimakasih juga kami sampaikan kepada Kepala Desa dan Masyarakat desa Watuagung serta pihak-pihak yang membantu jalannya kegiatan ini.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Adji Widodo, Ahmad Nurhadi, & Harsono, Y. (2022). Pelatihan Digital Marketing Bagi Ibu-Ibu Pkk Rt 02 Rw 008 Kelurahan Serpong. *Abdimas Awang Long*, 5(2). <https://doi.org/10.56301/Awal.V5i2.440>
- Ekasari, S., Utomo, S., Budiarto, B. W., Pujiastuti, E., & Setiawan, R. (2025). Sosialisasi Pentingnya Manajemen Pelatihan Kerja Sebagai Pengembangan Jenjang Karier Karyawan Berbasis Digital. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(9), 1831-1838.
- Fatkhurrokhman, T., Anggoro, W. B., Pangestu, R., Gombong, U. M., Gombong, U. M., & Purbalingga, U. P. (2024). *Optimalisasi Sosial Media Pemasaran Untuk*. 2(4), 34-41.
- Gunawan, B., Nugraha, F., Nurkamid, M., & Mulyani, S. (2022). Pemberdayaan Umkm Pasca Pandemi Covid-19 Dengan Pelatihan Digital Marketing, Content Creation Dan Perhitungan Harga Pokok Penjualan (Hpp). *Ikra-lth Abdimas*, 5(3). <https://doi.org/10.37817/Ikra-lthabdimas.V5i3.2176>
- Hamzah, A., Iskandar, I., Rianse, I. S., Salahuddin, S., & Limi, M. A. (2022). Promosi Dan Pemasaran Hasil Pertanian Skala Rumah Tangga Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Terapan (Jpmit)*, 4(1). <https://doi.org/10.33772/Jpmit.V4i1.24036>
- Ilham, M., Lihani, M., Rizky, M. C., Wulandari, W., Munir, M., Retnowati, E., ... & Dzinnur, C. T. I. (2023). Pelatihan Content Creator Dengan Tema Prospek Bisnis Yang Menjanjikan Pada Masyarakat Desa Panjunan, Kecamatan Sukodono, Kabupaten Sidoarjo, Sebagai Bentuk Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa Oleh Mahasiswa Universitas Sunan Giri Surabaya. *Ardhi: Jurnal Pengabdian Dalam Negri*, 1(5), 07-13.
- Irawati, A. C., Kristiningrum, W., & Andayani, A. (2020). Pendampingan Perlindungan Hukum Pelayanan Kesehatan Melalui Informed Consent. *Indonesian Journal Of Community Empowerment (Ijce)*, 2(2). <https://doi.org/10.35473/Ijce.V2i2.752>
- Megananda, R. C., Ifadah, M., Sunayya, N., & Harfina, A. (2023). Pengenalan Dan Pelatihan Digital Marketing Pupuk Organik Cair Pada Ibu Pkk Dusun Semen. *Jurnal Abdimas Bsi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1). <https://doi.org/10.31294/Jabdimas.V6i1.12919>
- Nada Fitra Nabila, & Oktifani Winarti. (2023). Penerapan Digital Marketing Dan Peran Content Creator Pada Media Sosial Guna Meningkatkan Brand Awareness Pt. Otak Kanan Surabaya. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 1(3). <https://doi.org/10.47861/Jipm-Nalanda.V1i3.322>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah*

- Bisnis Dan Ekonomi Asia, 11(2).
<https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Poetro, B. S. W., & Mulyono, S. (2024). Meningkatkan Kreativitas Remaja Desa Manggihan Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang Melalui Pelatihan Content Creator Menggunakan Capcut. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(3), 2993-3001.
- Rane, M. K. D., Hendrik, N., & Si, M. (2022). Pelatihan Pemasaran Produk Melalui Digital Content Creator Bagi Umkm Di Kelurahan Oesapa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol, 3(1).
- Ridwan, S. S., & Sari, W. P. (2023). Analisis Proses Kreatif Dalam Pembuatan Konten Interaktif Di Media Sosial Instagram Majalah Sunday. *Prologia*, 7(1). <https://doi.org/10.24912/Pr.V7i1.15781>
- Ririd, A. R. T. H., Vista, C. B., Sabilla, W. I., Dien, H. E., & Asmara, R. A. (2022). Workshop Optimalisasi Digital Marketing Untuk Pelaku Umkm Pada Lapak Berkah Pkk, Di Desa Toyomarto Singosari, Kabupaten Malang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.24198/Kumawula.V5i1.36115>
- Seta, H. B., Wadu, R. M. B., Theresiawati, T., & Pradnyana, I. W. W. (2023). Penguatan Kapasitas Kelompok Wanita Tani Dan Ibu - Ibu Pkk Dalam Penggunaan Digital Marketing. *Surya Abdimas*, 7(1). <https://doi.org/10.37729/Abdimas.V7i1.2200>
- Setyawati, R. K., & Ambarwati, M. F. L. (2020). Pelatihan Etiket Dan Penampilan Profesional Demi Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Staf Kelurahan Pondok Kelapa. *Jurnal Karya Untuk Masyarakat (Jkum)*, 1(2). <https://doi.org/10.36914/Jkum.V1i2.397>
- Silvia, D., Salma, N., Yulistina, Y., Sari, M. S., & Wa, S. M. (2024). Marketing Digital Dan Foto Produk Dodol Mangrove Hasil Olahan Kelompok Pkk Desa Pahawang. *Jurnal Pengabdian Umkm*, 3(1). <https://doi.org/10.36448/Jpu.V3i1.56>
- Wulan Rahmadhani, Adinda Putri Sari Dewi, Umi Laelatul Qomar, Eka Wuri Handayani, Tanti Azizah Sujono, Muhtadi, S. P. (2025). Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Melalui Pelatihan Dan Implementasi Teknologi Integrated Farming Skala Rumah Tangga Sebagai Solusi Ketahanan Pangan Dalam Upaya Pencegahan Sunting. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm)*, 8(Februari 2025), 469-476.
- Wulandari, N. P. E., Dewi, I. G. A. M., Suwintari, I. G. A. E., Sari, R. J., & Kesumayathi, I. A. G. (2024). Optimalisasi Pemasaran Digital Wisata Melalui Workshop Video Content Creator Bagi Calon Pelaku Pariwisata: Kolaborasi Bersama Bali Film School. *Publikasi Ilmiah Bidang Pengabdian Kepada Masyarakat (Sikemas)*, 3(1), 43-50.
- Zulkha Ermayda, R., Ikrima Nanda, H., & Dwi Narullia. (2019). Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Pkk. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, 3(2). <https://doi.org/10.37859/Jpumri.V3i2.1506>