

PELATIHAN KREASI KONTEN MEDIA SOSIAL UNTUK PROMOSI DUSUN KRAPYAK IX SEGEYAN SLEMAN

**Eko Prasetyo Nugroho Saputro¹⁾, Priyanto²⁾, Muslikhin³⁾,
Moh Alif Hidayat Sofyan⁴⁾, Linda Fitri Pertiwi⁵⁾, Bunga Putri Maulia⁶⁾**

¹⁾Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Yogyakarta,

^{2,3)}Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta,

⁴⁾Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Yogyakarta

^{5,6)}Fakultas Bahasa, Seni, dan Budaya, Universitas Negeri Yogyakarta.

ekoprasetyo@uny.ac.id

Abstract

The empowerment and development of human resources play a crucial role in the progress of rural areas. One key aspect is the implementation of the Tri Dharma of Higher Education, an integral part of the lecturer's profession, aimed at enhancing the creativity of communities. In this context, the Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) lecturer team engaged in community service, focusing on the application of the University's Tri Dharma to enhance social media content creation skills for rural promotion. The primary goal of this initiative is to impart both theoretical knowledge and practical skills to community members for the development of the Krapyak IX Seyegan Hamlet area. The approach involves training and mentoring sessions dedicated to the creation of social media content for village promotion. The service program unfolds in Dusun Krapyak IX, Seyegan, Sleman, organized through four distinct stages: a) need analysis, b) training implementation, c) mentoring and practical application, and d) evaluation. Various teaching methods, such as lectures, Q&A sessions, discussions, and hands-on practice, were employed during the training. The outcome of this dedicated effort is evident in the community's enhanced ability to generate social media content for digital village promotion. The participants demonstrated enthusiasm in their engagement with the training and mentoring sessions. Furthermore, they successfully produced promotional content for the village on social media platforms such as Instagram, Facebook, and Twitter.

Keywords: social media content, community service, krapyak IX hamlet.

Abstrak

Pemberdayaan dan pengembangan sumber daya manusia menjadi suatu keharusan dalam memajukan wilayah pedesaan. Peran Tri Dharma Perguruan Tinggi yang melekat pada profesi dosen salah satunya diimplementasikan dalam program peningkatan kreativitas warga masyarakat. Pada pengabdian masyarakat ini, tim dosen UNY melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi yang berfokus pada peningkatan keterampilan pembuatan konten media sosial untuk promosi desa. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk memberikan pengetahuan baik teori maupun praktik kepada warga masyarakat dalam memajukan kawasan Dusun Krapyak IX Seyegan melalui pelatihan dan pendampingan pembuatan konten media sosial untuk promosi Desa. Program pengabdian dilaksanakan di Dusun Krapyak IX, Seyegan, Sleman melalui empat tahap yakni: a) need analysis, b) pelaksanaan pelatihan, c) pendampingan dan praktik, dan 4) evaluasi. Adapun metode pelatihan meliputi ceramah, tanya jawab, diskusi dan praktik. Hasil pelaksanaan pengabdian ini adalah masyarakat mampu meningkatkan kemampuannya dalam mengembangkan konten media sosial untuk promosi desa secara digital. Peserta antusias dalam mengikuti pelatihan dan pendampingan. Selain itu, peserta mampu menghasilkan konten promosi Desa di media sosial Instagram, facebook, dan twitter.

Keywords: konten media sosial, pengabdian kepada masyarakat, dusun krapyak IX.

PENDAHULUAN

Kompetisi bisnis semakin meningkat dari tahun ke tahun. Dahulu, perusahaan menggunakan strategi penjualan *door-to-door* sebagai salah satu strategi pemasaran andalan, namun di era saat ini strategi tersebut sudah tidak lagi efektif untuk digunakan. *Digital marketing* adalah strategi yang tepat dan lebih efektif untuk promosi di era saat ini.

Febriyantoro dan Arisandi (2018) mendefinisikan *digital marketing* sebagai kegiatan pemasaran yang melibatkan media berbasis internet. Hal ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Li, Kannan, Viswanathan dan Pani (2016) yang mendefinisikan *digital marketing* sebagai sebuah proses aktivitas, institusi, disampaikan lewat teknologi digital, menciptakan, dan mengomunikasikan kepada konsumen serta pihak yang memiliki kepentingan lainnya, hal ini berkiblat pada *American Marketing Association* (AMA). Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan (2013) mendefinisikan *digital marketing* sebagai kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Contohnya, SMS, blog, *website*, *e-mail*, *adwords*, dan berbagai macam jaringan media sosial.

Heidrick & Struggles (2009) menjelaskan bahwa penggunaan *digital marketing* dapat meningkatkan angka penjualan sehingga para ahli sepakat bahwa sudah semestinya pengusaha saat ini menggunakan media teknologi modern yang lebih interaktif. Pengertian lain dikemukakan oleh Kleindl dan Burrow (dalam Afriani dkk: 2022) bahwa *digital marketing* merupakan proses pemeliharaan hubungan yang saling menguntungkan

antara konsumen dan produsen. *Digital marketing* menurut Fadly (2020) adalah bentuk pemasaran yang menggunakan jaringan internet secara efektif sehingga target pasar menjadi lebih luas jangkauannya.

Warmayana (2018) mengemukakan bahwa *digital marketing* sangat berpengaruh dalam mengembangkan usaha, terutama di era Industry 4.0. Salah satu strategi digital marketing yang dapat diterapkan adalah *E-tourism*, memberikan layanan berbasis telematika kepada pelanggan, serta mempermudah akses pemasaran. Pradiani (2017) berpendapat bahwa pengusaha skala kecil hingga besar bersaing memanfaatkan perkembangan teknologi informasi yang berkembang pesat. Ketatnya persaingan bisnis membuat *digital marketing* menjadi jalan cepat untuk meraih pasar dengan jangkauan yang luas serta dapat menghasilkan angka profit yang lebih tinggi.

Digital marketing berhubungan dengan pembuatan konten pemasaran. Konten merupakan sebuah pendekatan pemasaran strategis yang berfokus kepada menciptakan dan mendistribusikan konten yang menarik serta relevan dengan produk yang ditawarkan. Tidak hanya itu, konten pemasaran harus dilakukan dengan konsisten untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan yang menguntungkan (Chakti, 2019).

Instagram sebagai salah satu media sosial untuk *digital marketing*, menyediakan fitur akun bisnis yang memudahkan pelaku bisnis mengoptimalkan profil mereka. Dengan fitur ini, perusahaan dapat memperkenalkan bisnis, dan mempromosikan konten untuk mencapai tujuan bisnis (Naimah dkk,

2020).

Melihat pendapat para ahli dapat dirangkum bahwa *digital marketing* adalah penerapan teknologi digital (*website, e-mail, database, digital TV, dan jejaring sosial*) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran. Tujuannya, untuk mendapat keuntungan serta membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan. Penggunaan *gadget* di tengah-tengah kita banyak memberikan perubahan pada kehidupan manusia. Hampir seluruh aspek kehidupan berbasis teknologi membuat kita menjadi sulit untuk terlepas diri dari *smartphone*.

Melansir dari Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Lembaga Riset *Digital Marketing E-marketer* memperkirakan pada tahun 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia mencapai lebih dari seratus juta pengguna. Dengan jumlah yang tidak sedikit tersebut, Indonesia menjadi negara yang dinobatkan sebagai pengguna *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika. Jumlah ini diperkirakan terus bertambah setiap tahunnya. Dilansir dari databoks, kontribusi digital untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) juga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 2%. Tak hanya itu, adanya UKM menjadikan Indonesia sebagai negara berpenghasilan menengah pada tahun 2025. Fakta saat ini, konsumen akan mencari informasi mengenai produk maupun jasa melalui internet. Pencarian tersebut dilakukan melalui *website* maupun media sosial karena dianggap lebih praktis dan mudah dibandingkan datang langsung ke penyedia produk atau jasa. Mereka dapat memeriksanya melalui *platform digital* sebelum memutuskan membeli atau menggunakan jasa yang

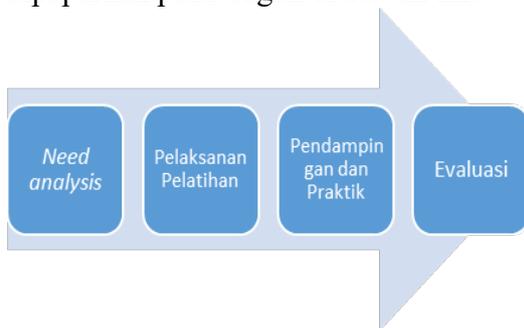
diinginkan. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya *digital marketing* di era globalisasi sekarang ini. Dengan adanya *digital marketing* ini para konsumen dapat kapan saja mengakses informasi bisnis dimanapun dan kapanpun tanpa dibatasi oleh tempat dan waktu.

Konsumen tentu dipermudah dengan adanya fitur *digital marketing* sehingga para pelaku usaha di Indonesia memerlukan teknologi informasi untuk berinovasi dan bersaing di zaman digital. Walaupun sejumlah pelaku usaha telah mengadopsi teknologi informasi dalam operasional bisnis mereka, masih ada yang belum sepenuhnya memahami manfaatnya. Berangkat dari latar belakang tersebut maka perlu adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan dari masyarakat dalam pemanfaatan teknologi *digital marketing*.

Sehubungan dengan permasalahan yang ada, peran Tri Dharma Perguruan Tinggi yang melekat pada profesi dosen diimplementasikan dalam program peningkatan kreativitas masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan pembuatan konten media sosial untuk *digital marketing*. Mitra dalam program pengabdian tim Dosen UNY ini adalah Dusun Krapyak IX Seyegan, Kabupaten Sleman. Permasalahan yang terdapat pada mitra adalah terkait minimnya penyelenggaraan pelatihan tentang pembuatan konten *digital marketing*. Adapun salah satu solusi permasalahan tersebut adalah dengan mengadakan pelatihan kreasi konten media sosial untuk promosi desa. Pelatihan kreasi konten media sosial untuk promosi Dusun Krapyak IX diharapkan dapat meningkatkan kemampuan warga Dusun Krapyak IX dalam membuat konten menarik di media social untuk promosi desa.

METODE

Untuk mengatasi permasalahan dan mencapai tujuan pelatihan diperlukan tahapan kegiatan secara jelas. Tahapan kegiatan dapat dipaparkan pada bagan di bawah ini:



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan program pelatihan kreasi konten media sosial untuk promosi desa

Gambar 1 menjelaskan empat tahapan yang dilakukan dalam pelatihan. Masing-masing tahapan dijelaskan sebagai berikut.

Need analysis

Sebelum pelatihan dilaksanakan, tim pengabdian UNY melakukan *need analysis* untuk mengetahui materi seperti apa yang dibutuhkan warga dusun Krapyak IX. Hasil *need analysis* ini digunakan sebagai dasar untuk menyiapkan materi pelatihan, metode pelatihan, dan media yang digunakan dalam pelatihan.

Tabel 1. Rancangan kegiatan PkM sebelum, selama, dan sesudah pelaksanaan.

No	Kegiatan	Indikator Capaian	Cara/ prosedur	Tolak Ukur
1	Penyusunan proposal	Tersusun proposal	Mengunggah proposal ke sistem	Proposal terunggah
2	Seminar proposal	Tersusun naskah seminar proposal	Mengikuti seminar proposal	Proposal sudah diseminarkan
3	Persiapan pelaksanaan PkM dan <i>need analysis</i>	Tersusun materi pelatihan dan terpetakan kebutuhan peserta	Menyiapkan resources	Materi masing-masing materi telah Siap
4	Pelaksanaan PkM	PkM terlaksana dengan baik	Menerapkan metode pelatihan dan pendampingan	Tersusun naskah proposal penelitian oleh guru
5	Seminar hasil PkM	Tersusun naskah seminar hasil	Mengikuti seminar hasil	Hasil PPM telah diseminarkan

Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan yang diberikan terkait dengan bagaimana cara membuat konten media sosial untuk promosi Dusun Krapyak IX. Target dari program pelatihan ini adalah peserta pelatihan dapat membuat konten media sosial untuk promosi Dusun Krapyak IX.

Pendampingan dan Praktik

Pendampingan secara berkelanjutan dilakukan oleh tim pengabdian dengan tujuan agar para peserta dapat secara berkesinambungan mempraktekkan materi yang telah disampaikan dan selalu berinovasi menghasilkan konten yang menarik untuk promosi Dusun Krapyak IX melalui media social.

Evaluasi

Rancangan evaluasi digunakan sebagai arahan bagi tim pengabdian untuk mengukur keberhasilan kegiatan. Rancangan evaluasi disusun mulai tahap persiapan sampai akhir kegiatan. Masing-masing kegiatan harus jelas indikator keberhasilan dan tolak ukurnya. Rancangan evaluasi sebelum, selama, dan sesudah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ditunjukkan pada Tabel 1.

6	Pelaporan PkM	Tersusun laporan PkM	Mengunggah laporan ke sistem	Laporan DLK terunggah di sistem
7	Luaran PkM	Dirancang konten produk sebagai Implementasi Digital Marketing	Mengidentifikasi peluang bisnis	Konten iklan produk siap dipublish

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan Pelatihan Kreasi Konten Media Sosial Untuk Promosi Dusun Krpyak IX Seyegan Sleman diikuti oleh 27 peserta yang merupakan warga lokal Dusun Krpyak IX.



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Pelatihan

Sebelum pelaksanaan pelatihan, tim pengabdian melakukan rapat koordinasi dengan masyarakat Dusun Krpyak IX Seyegan. Rapat koordinasi membahas mengenai tanggal pelaksanaan, penanggungjawab atau *Person in Charge* (PIC) kegiatan, serta aktivitas apa yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan dari pengabdian diadakan. Selain rapat koordinasi, tim juga mendata sekaligus mempersiapkan perlengkapan dan berkas untuk mendukung berjalannya kegiatan seperti LCD, alat dokumentasi, *backdrop*, *snack*, menentukan anggaran transportasi dan akomodasi, *Google Form Need Analysis*, dan surat tugas beserta surat undangan.

Hasil dari kegiatan rapat koordinasi diputuskan kedalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Rapat Koordinasi

Pertemuan	Aktivitas	PIC	Waktu
1	<p><i>Need Analysis</i> di Dusun Krpyak IX terkait pembuatan konten <i>Digital Marketing</i> melalui <i>Google Form</i></p> <p>Presentasi dan Diskusi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pengantar Konten <i>Digital Marketing</i> - Membuat Konten Menarik di Media Sosial <i>Tiktok</i> - Teknik membuat Profil di media sosial <i>Instagram, Tiktok</i> dan <i>Facebook</i> 	Muslikhin, Eko, dan Mahasiswa	Jumat 19 Mei 2023
2.	<p>Pendampingan Pembuatan Akun dan Profil <i>Tiktok, Instagram, dan Facebook</i> Dusun Krpyak IX (Tim Mahasiswa)</p>	Muslikhi, Eko, dan Mahasiswa	Sabtu-Kamis
3.	<p>Presentasi, Diskusi, dan Praktik</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teknik menghasilkan foto dan video promosi menggunakan <i>Smartphone</i> - Edit video menggunakan aplikasi <i>Capcut, Filmora dll</i> 	Priyanto, Sofyan, dan Mahasiswa	Jumat 26 Mei 2023
4.	<p>Pendampingan Penyusunan Konten Foto, Video, Promosi Dusun Krpyak IX</p>	Priyanto, Sofyan, dan Mahasiswa	Sabtu-Kamis

Pelatihan kreasi konten media sosial untuk promosi Dusun Krpyak IX Seyegan Sleman dilaksanakan selama enam hari, yang terdiri dari tiga hari pelatihan secara luring dan tiga hari pendampingan secara daring.

Pelatihan dan pendampingan dilakukan tanggal 19 Mei 2023 sampai dengan 15 Juni 2023. Kegiatan dilakukan pada pukul 15.30 – 17.00

WIB di Pendopo Dusun Krapyak IX Seyegan Sleman. Pelatihan dihadiri oleh 27 peserta, 3 narasumber, dan 12 panitia. Pelatihan diawali dengan pembukaan oleh ketua tim pengabdian, penyampaian jadwal pelatihan, materi pelatihan, dan fasilitas diperoleh para peserta selama mengikuti pelatihan dan pendampingan. Tahap selanjutnya adalah penyampaian materi. Tahap selanjutnya peserta dibagi menjadi tiga kelompok yang masing-masing berdiskusi mengenai media sosial yang berbeda yaitu *Tiktok*, *Instagram* dan *Facebook*. Masing-masing kelompok dipantau dan didampingi oleh pemateri. Setelah penyampaian materi selesai, setiap peserta dipersilahkan untuk bertanya, berkonsultasi dan berdiskusi mengenai materi yang sedang dibahas oleh narasumber. Pertanyaan dapat diajukan secara langsung ketika pelatihan berlangsung maupun secara daring selama pendampingan melalui grup *Whatsapp*.

Masing-masing kelompok peserta telah mendapat materi pengantar mengenai konten *digital marketing*, cara membuat profil dan konten yang menarik di media sosial. Peserta juga membuat akun media sosial sesuai dengan pembagian kelompoknya masing-masing. Selanjutnya, peserta diberikan materi tentang teknik pengambilan gambar dan video kemudian proses pengeditan sehingga peserta dapat menghasilkan foto yang diambil menggunakan kamera *handphone* yang kemudian hasilnya diedit dengan aplikasi untuk dijadikan bahan konten media sosial.

Pendampingan dilaksanakan secara daring melalui *Whatsapp Group*. Dalam pendampingan tersebut, peserta difasilitasi untuk diskusi terkait kendala dalam membuat konten, ide pembuatan konten, dan strategi membuat konten yang menarik. Pada proses

pendampingan ini peserta pelatihan dibimbing agar mereka dapat membuat konten menarik untuk promosi di media sosial.

Selama pelaksanaan kegiatan pelatihan, dilakukan pencatatan dan dokumentasi aktivitas yang juga berfungsi sebagai laporan dan bukti pelaksanaan kegiatan. Dokumentasi meliputi foto, video, dan laporan dari kegiatan pelatihan. Proses dokumentasi juga memberikan manfaat sebagai alat untuk mengevaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan, dengan harapan dapat dilakukan perbaikan di masa depan. Selain itu, dokumentasi juga digunakan sebagai panduan dalam kegiatan pengabdian masyarakat serupa. Setelah pelatihan selesai, tim pengabdian mengunggah hasil dokumentasi pelatihan ke *Google Drive*. Penyusunan laporan akhir berupa artikel yang di publikasi pada jurnal.

Pembahasan

Pelatihan Kreasi Konten Media Sosial untuk Promosi Produk Lokal dengan Menarik sehingga memikat daya tarik konsumen untuk mengunjungi Dusun Krapyak IX Seyegan Sleman.

Upaya ini selaras dengan kebutuhan pemasaran saat ini dimana konten *digital marketing* menjadi senjata promosi yang banyak digencarkan oleh banyak pembisnis sukses. *Digital marketing* telah berubah menjadi senjata vital dalam persaingan pasar, fenomena ini disebabkan karena orang-orang telah menambah teknik pemasaran yang dulunya hanya berdagang dengan gaya konvensional, kini telah beralih menggunakan *digital marketing*.

Melihat fenomena yang ada, pelatihan ini memberikan manfaat yaitu membekali warga Dusun Krapyak IX Seyegan untuk menghasilkan konten

menarik. Dalam pelatihan tersebut, peserta juga diberikan beberapa penugasan. penugasan berupa (1) pembuatan akun dan profil masing masing media sosial, (2) pembuatan konten berupa foto dan video promosi, (3) penyusunan *flyer*, *infografis*, dan *banner* promosi. Dari hasil diskusi dan penugasan menunjukkan bahwa tidak 100% warga dapat menguasai pembuatan konten promosi digital dengan baik dikarenakan usia yang berpengaruh pada kemampuan mereka dalam mengoperasikan media sosial kurang. Kekurangan yang dimaksudkan adalah tidak terbiasa dengan alat digital seperti *handphone* dan aplikasi seperti media sosial. Namun demikian seluruh peserta pelatihan tetap berusaha mencoba memahami dan memperhatikan setiap instruksi dan penjelasan yang diberikan oleh peneliti.

Secara umum materi dan praktek yang disampaikan saat pelatihan maupun pendampingan diserap dengan baik dibuktikan dengan hasil penugasan yang disetorkan, dengan nilai presentase rata-rata 70%. Bimbingan yang lebih intensif akan mengoptimalkan hasil dari pelatihan.

Masing-masing kelompok peserta telah merancang topik konten yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran meski kreasi konten masih berupa pola-pola dasar dan sederhana. Kendala dalam *dubbing* video dapat teratasi dengan bantuan aplikasi media sosial itu sendiri. Peneliti memberikan pendampingan lebih dalam mengenai penggunaan *Instagram*, *Tiktok* dan *Facebook*. Setelah pendampingan lebih intensif, maka konten yang dibuat oleh warga lebih sesuai dengan kriteria, yaitu menarik dan *eye catching*.

Hasil Angket Respon

Hasil angket respon kepada seluruh peserta pelatihan menunjukkan

bahwa rata-rata peserta mengatakan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dan merupakan hal baru bagi sebagian besar peserta pelatihan. Peserta meyakini kreasi konten ini dapat membantu memperkaya konten promosi Dusun Krapyak IX Seyegan Sleman melalui media sosial.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian di Dusun Krapyak IX Seyegan Sleman ini dapat berhasil terlaksana dengan baik. Lama waktu pengabdian juga dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah disusun bersama tim pengabdian Dosen UNY dengan pihak masyarakat Dusun Krapyak IX. Pelatihan yang telah diselenggarakan mampu menghasilkan luaran PKM berupa 3 akun media sosial, peningkatan ketrampilan peserta, dan publikasi kreasi konten di media sosial. Keberhasilan ini dikarenakan masyarakat mampu mengikuti pelatihan dan pembinaan dengan baik selama kegiatan berlangsung, masyarakat saling tukar pemahaman kepada tim pengabdian.

Materi dalam kegiatan pengabdian ini akan memberikan pengetahuan baik teori maupun praktek kepada warga masyarakat yang mana dapat mempromosikan kawasan Dusun Krapyak IX melalui pembuatan konten media sosial dengan menggunakan aplikasi serta *software* yang dapat mendukung konsep *digital marketing*. Dengan demikian, materi dan praktek yang sudah diberikan dapat diimplementasikan oleh masyarakat dengan baik. Masyarakat Dusun Krapyak IX dapat meningkatkan ketrampilan dalam mengembangkan atau memulai usaha serta bisnis secara bersama-sama dan mampu mempromosikan dengan kreasi konten

menggunakan aplikasi dan *software* yang mendukung *digital marketing*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih diucapkan kepada Universitas Negeri Yogyakarta atas dukungan yang diberikan sehingga dapat terlaksana dengan baik PKM Pelatihan Kreasi Konten untuk Promosi Dusun Krapyak IX Seyegan Sleman.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, S., Yanti, R. T., Noviantoby, N., Maulana, T., & Berlianza, D. (2022). Pengenalan Digital Marketing Pada Usaha Keripik Singkong Dewi Sri di Desa Bukit Peninjauan 1. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 1(2), 149-154.
- Chakti, G. (2019). *The Book Of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital (Vol. 1)*. Celebes Media Perkasa.
- Fadly, H. D., & Utama, S. (2020). Membangun pemasaran online dan digital branding ditengah pandemi covid-19. *Jurnal Ecoment Global*, 5(2), 213-222.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Irfani, H., Yeni, F., & Wahyuni, R. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Pada Ukm Dalam Menghadapi Era Industri 4.0. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(3), 651-659.
- Li, H., Kannan, P. K., Viswanathan, S., & Pani, A. (2016). Attribution strategies and return on keyword investment in paid search advertising. *Marketing Science*, 35(6), 831-848.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., Haryanto, R., & Pebrianto, A. (2020). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal IMPACT: Implementation and Action*, 2(2), 119-130.
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46-53.
- Struggles, H. (2009). *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*, 1.
- Tarigan, J., & Sanjaya, R. (2013). *Creative digital marketing*. Elex Media Komputindo.
- Warmayana, I. G. A. K. (2018). Pemanfaatan digital marketing dalam promosi pariwisata pada era industri 4.0. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 81-92.
- https://www.kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/14/pemanfaatan-internet-oleh-pelaku-usaha-digital>