

WORKSHOP PENGEMBANGAN TIK : DIGITAL MARKETING PEMERINTAH DAERAH

Syaddam¹

¹Program Studi Sistem Informasi, Politeknik Bisnis Kaltara

e-mail: ¹syaddam@poltekbiskal.ac.id

Abstraksi

Pemasaran digital telah menjadi bagian penting dalam strategi pemasaran saat ini. Pemasaran digital merupakan teknik pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan media digital, seperti media sosial, email marketing, situs web, dan SEO. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada bulan Mei 2024 di Ruang Imbaya Kantor Walikota Tarakan, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan pegawai pemerintah Kota Tarakan dalam menerapkan strategi digital marketing untuk mendukung transformasi digital pemerintahan. Melalui Workshop yang mencakup penyampaian materi dan sesi diskusi, para peserta memperoleh pemahaman yang mendalam tentang konsep, strategi, dan teknik pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan di lingkungan pemerintah daerah untuk meningkatkan keterlibatan dan komunikasi dengan masyarakat. Kegiatan ini juga membahas peran pemasaran digital dalam mendukung Transformasi Digital Pemerintah, karakteristik transformasi digital, serta tujuan pemasaran digital bagi pemerintahan. Sesi diskusi interaktif memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperdalam pemahaman mereka tentang materi yang disampaikan dan berbagi pengalaman terkait penggunaan aplikasi pemerintah serta kendala yang dihadapi. Hasil kegiatan ini mendapatkan antusiasme dari para peserta, yang mana dalam hal ini ditunjukkan dari interaksi peserta dan pemateri dalam sesi diskusi yang terjadi. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan ini dapat menjadi sarana efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pegawai pemerintah dalam memanfaatkan digital marketing untuk mendukung transformasi digital di lingkungan pemerintah daerah.

Kata Kunci: pemasaran digital; TIK; transformasi digital

Abstract

Digital marketing has become an important part of today's marketing strategy. Digital marketing is a technique for marketing products or services using digital media, such as social media, email marketing, websites, and SEO. The Community Service Activity held in May 2024 in the Ruang Imbaya Kantor Walikota Tarakan, aims to improve the understanding and ability of Tarakan City Government Official in implementing digital marketing strategies to support the government's digital transformation. Through a Workshop that includes the delivery of materials and discussion sessions, participants gain a deep understanding of the concepts, strategies, and techniques of digital marketing that can be utilized in local government environments to increase engagement and communication with the community. This activity also discusses the role of digital marketing in supporting Government Digital Transformation, the characteristics of digital transformation, and the objectives of digital marketing for government. The interactive discussion session allows participants to deepen their understanding of the material presented and share experiences related to using government applications and the obstacles faced. The results of this activity received enthusiasm from the participants, which in this case was shown from the interaction between participants and speakers in the discussion session. This indicates that this activity can be an effective means to improve the knowledge and abilities of Government Official in utilizing digital marketing to support digital transformation in local government environments.

Keywords: digital marketing; digital transformation; ICT



PENDAHULUAN

Digital marketing atau pemasaran digital telah menjadi komponen penting dalam strategi pemasaran di era saat ini. Digital Marketing merupakan teknik pemasaran produk atau jasa menggunakan media digital, seperti media sosial, email marketing, situs web, dan SEO (*Search Engine Optimization*) (Rachmadi, 2020). Di Indonesia, penggunaan digital marketing terus meningkat dengan prospek yang cukup menjanjikan dari waktu ke waktu. Lanskap digital Indonesia berkembang pesat dengan populasi lebih dari 260 juta orang. Hal ini didorong oleh peningkatan signifikan jumlah pengguna internet, yang telah mencapai 40% tingkat penetrasi media sosial, serta tersedianya infrastruktur yang mendukung. Selain itu, dengan pertumbuhan ekonomi, literasi digital, dan peningkatan populasi di perkotaan, Indonesia memiliki potensi untuk menjadi pusat kreativitas digital (Hertin & Ahmad Pitra, 2024).

Penggunaan strategi digital marketing dapat membantu Wirausahawan mempromosikan produk atau layanannya secara lebih efektif dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial (Frans Sudirjo et al., 2023). Dengan memanfaatkan saluran digital seperti media sosial, situs web, dan pemasaran email, Wirausahawan dapat membangun kesadaran merek, menarik minat pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Hal ini menjadi sangat penting bagi keberhasilan proyek-proyek inovatif yang membutuhkan visibilitas dan daya tarik di pasar. Selain itu, penerapan intervensi pemasaran yang efektif dalam apa yang disebut sebagai perjalanan pelanggan digital sangat penting untuk mencapai keberhasilan bisnis (Barbosa et al., 2024).

Selain manfaat dalam kegiatan ekonomi, penggunaan digital marketing juga dapat dimanfaatkan oleh pemerintah sebagai alat untuk berbagi informasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, penerapan strategi pemasaran digital dapat membantu wirausahawan mempromosikan produk atau layanan secara efektif dan menjangkau lebih banyak pelanggan potensial. Manfaat serupa juga dapat dirasakan oleh pemerintah dalam upaya meningkatkan komunikasi, keterlibatan, dan transparansi dengan masyarakat melalui berbagai platform digital. Berbagai penelitian telah mengungkapkan bahwa pemasaran digital dapat secara efektif meningkatkan minat dan kesadaran masyarakat terhadap suatu merek, institusi, atau peristiwa tertentu (Salya Rater & Balkhaya, 2023; Siregar, 2023; Syam & Mayangsari, 2023). Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah daerah untuk meningkatkan komunikasi, keterlibatan, dan transparansi antara pemerintah dan masyarakat. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital, pemerintah dapat menyampaikan informasi penting, mengedukasi publik, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam berbagai program dan kebijakan (Ernungtyas & Boer, 2023).

Pemanfaatan potensi *digital marketing* membutuhkan masyarakat yang tanggap teknologi, sehingga diperlukan pelatihan untuk mengenalkan dan memanfaatkan teknologi komunikasi. (Sasa et al., 2021). Untuk mendukung pemanfaatan digital marketing oleh pemerintah, tidak hanya diperlukan kesiapan masyarakat dalam literasi digital, tetapi juga kompetensi pegawai pemerintah. Penting bagi pegawai untuk memahami dengan baik berbagai saluran pemasaran digital, strategi komunikasi yang efektif, dan praktik terbaik dalam menggunakan digital marketing untuk mencapai tujuan organisasi. Dengan membekali pegawai pemerintah dengan kemampuan yang mumpuni, potensi digital marketing dapat dioptimalkan untuk meningkatkan transparansi, keterlibatan, dan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Melalui kolaborasi antara pemerintah dan pemangku kepentingan, seperti perguruan tinggi, upaya peningkatan literasi digital di masyarakat serta pengembangan kompetensi pegawai dapat dilaksanakan secara komprehensif, sehingga digital marketing dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pemerintah.

Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, merupakan tiga tugas pokok yang harus dicapai dan dilaksanakan oleh setiap perguruan tinggi di Indonesia. (Mundzir et al., 2024). Pemanfaatan digital marketing oleh pemerintah dapat didukung melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, yang merupakan salah satu wujud Tri Dharma Perguruan Tinggi. Dalam hal ini, Politeknik Bisnis Kaltara dapat berkontribusi dengan menyediakan pengetahuan dan pelatihan komprehensif mengenai strategi digital marketing yang efektif bagi masyarakat. Hal ini akan meningkatkan literasi digital masyarakat dan memungkinkan para pegawai pemerintah kota Tarakan untuk terlibat secara aktif dalam berbagai program dan kebijakan pemerintah yang disampaikan melalui platform digital. Melalui kolaborasi antara Pemerintah kota Tarakan, Politeknik Bisnis Kaltara, dan pemangku kepentingan lainnya,

upaya peningkatan komunikasi, keterlibatan, dan transparansi antara pemerintah dan masyarakat dapat terwujud secara lebih optimal.

Dalam rangka meningkatkan indeks Sistem Pemerintah Berbasis Elektronik (SPBE) di Kota Tarakan, Dinas Komunikasi Informatika, Statistik dan Persandian (DKISP) akan menyelenggarakan *Workshop Pengembangan TIK* (Teknologi Informasi dan Komunikasi). Kegiatan ini akan berfokus pada pengembangan sistem informasi yang terintegrasi, termasuk pembuatan database atau gudang data di lingkup perangkat daerah. Para peserta yang akan berpartisipasi adalah staf admin data atau admin aplikasi sistem informasi dari masing-masing perangkat daerah. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat meningkatkan kompetensi aparatur pemerintah dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung transparansi, keterlibatan, dan efisiensi layanan publik.

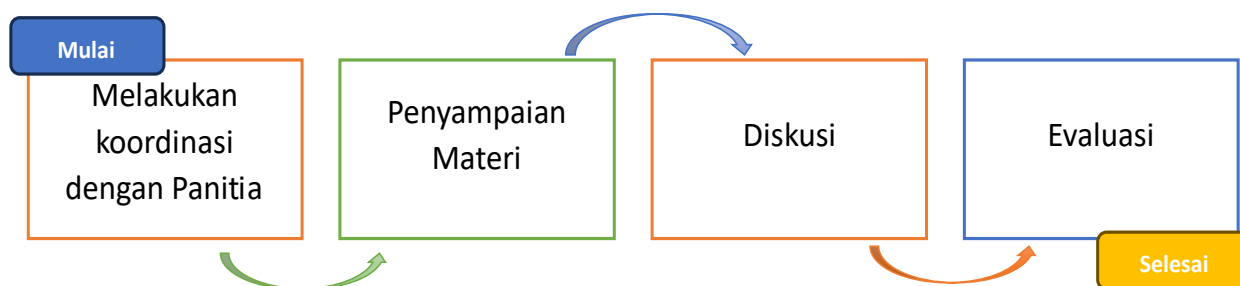
Kolaborasi antara Pemerintah kota Tarakan dan Politeknik Bisnis Kaltara melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kompetensi pegawai di lingkungan pemerintah kota Tarakan dalam pemanfaatan *digital marketing*. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung terciptanya komunikasi, keterlibatan, dan transparansi yang lebih baik antara pemerintah dan masyarakat. Dengan adanya kolaborasi ini, pemerintah dapat mendapatkan dukungan dari perguruan tinggi dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dan mengoptimalkan penggunaan teknologi digital untuk memperkuat hubungan dan layanan kepada masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

PkM merupakan salah satu implementasi Tri Dharma perguruan tinggi, yaitu pengabdian kepada masyarakat, dengan tujuan memberikan ide-ide serta pengetahuan baru kepada masyarakat (Situmeang et al., 2023). Kegiatan PkM ini menjadi saran yang sangat penting untuk membangun kolaborasi dan sinergi yang erat antara dunia akademik dan konteks sosial di sekitarnya. Berdasarkan tujuan tersebut, Dosen dari Politeknik Bisnis Kaltara dapat terlibat aktif dalam kegiatan *Workshop Pengembangan TIK* yang diselenggarakan oleh DKISP Kota Tarakan. Melalui keterlibatan ini, Dosen dapat memberikan kontribusi pengetahuan dan keahlian terkait “Digital Marketing Pemerintah Daerah”.

1. Tahapan

Kegiatan PkM ini dimulai dengan tahap koordinasi bersama pihak DKISP sebagai penyelenggara, untuk mengumpulkan informasi dan memahami kebutuhan mitra. Tahap kedua, materi yang disampaikan mencakup berbagai topik terkait penerapan digital marketing dalam pemerintahan. Peserta pelatihan diberikan pemahaman komprehensif mengenai konsep dasar, strategi, serta teknik digital marketing yang dapat dimanfaatkan instansi pemerintah untuk meningkatkan keterlibatan dan komunikasi dengan masyarakat. Selanjutnya, pada tahap ketiga, kegiatan PkM ini menggunakan metode diskusi, di mana para peserta turut serta berpartisipasi aktif dalam berdiskusi dengan Narasumber atau penyelenggara guna memperdalam pemahaman materi. Terakhir, pada tahap keempat, kegiatan meliputi evaluasi dan pelaksanaan penutupan acara. Gambaran pelaksanaan keseluruhan tahapan pada kegiatan PkM terkait Digital Marketing Pemerintah Daerah diperlihatkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan PkM

2. Tempat dan waktu

Kegiatan PkM yang dilaksanakan pada kegiatan Workshop Pengembangan TIK oleh DKISP Kota Tarakan, diadakan pada bulan Mei 2024 dan berlangsung di Ruang Imbaya Kantor Walikota Tarakan.

3. Mitra

PkM dalam kegiatan Workshop Pengembangan TIK didukung sepenuhnya oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian Kota Tarakan. Peserta kegiatan terdiri dari seluruh staf admin data/admin aplikasi Sistem Informasi (SIM) instansi-instansi perangkat daerah yang berada di lingkungan pemerintah Kota Tarakan.

4. Metode pengabdian

Metode yang digunakan dalam kegiatan Workshop Pengembangan TIK adalah metode Ceramah dan Diskusi. Metode ini sangat penting untuk menyampaikan materi mengenai digital marketing di lingkungan pemerintah Kota Tarakan. Materi tersebut berfungsi sebagai sarana untuk mempromosikan produk atau layanan serta mendukung upaya peningkatan indeks Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik Pemerintah Kota Tarakan. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai metode tersebut:

- a. Metode ceramah adalah proses penyampaian materi dalam suatu kegiatan, di mana metode ini menyampaikan informasi secara lisan kepada para Peserta dengan cara berbicara (Hidayat, 2022). Dalam kegiatan Workshop ini, Narasumber memberikan penjelasan dan pemaparan secara lisan atau komunikasi verbal kepada peserta. Peserta kegiatan akan diberi pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu disiplin ilmu tertentu serta memiliki kesempatan untuk bertanya langsung (Prastiwi et al., 2020). Adapun materi yang disampaikan mencakup beragam topik terkait digital marketing di lingkungan pemerintahan. Hal ini mencakup gambaran umum mengenai konsep dasar, strategi, serta teknik digital marketing yang dapat dimanfaatkan instansi pemerintah untuk meningkatkan keterlibatan dan komunikasi dengan masyarakat.
- b. Metode diskusi adalah suatu cara untuk mengatasi permasalahan dengan tujuan utama memecahkan masalah, menjawab pertanyaan, serta meningkatkan pemahaman dan pengambilan keputusan peserta (Wona et al., 2023). Peserta diajak untuk berinteraksi secara aktif dengan fasilitator dalam rangka memperdalam pemahaman mengenai materi yang disampaikan. Diskusi memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengajukan pertanyaan lebih mendalam terkait materi, sehingga memungkinkan terciptanya pemahaman yang lebih komprehensif. Selain itu, diskusi interaktif antara peserta terhadap Penyelenggara dan Narasumber dapat memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperdalam pemahaman tentang konsep-konsep yang telah dipelajari. (Sari & Al-Hafiz, 2024). Dengan metode ini, Narasumber dan Panitia Penyelenggara dapat memfasilitasi diskusi interaktif dan memperdalam pemahaman peserta terhadap konsep-konsep yang telah dipelajari. Selain itu, diskusi ini juga menjadi wadah untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik di Pemerintah Kota Tarakan, serta mempromosikan strategi dan teknik *digital marketing* yang dapat diterapkan dalam lingkungan pemerintah Kota Tarakan.

PEMBAHASAN

Pelaksanaan *workshop* ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurhasanah et al., 2023; Syahfitri & Herlina, 2024). Di mana PkM dalam sebuah kegiatan *Workshop*, menghasilkan peningkatan pengetahuan serta kemampuan peserta melalui penggunaan metode ceramah dan diskusi. Dalam pelaksanaan kegiatan *workshop*, diharapkan adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta melalui penggunaan metode ceramah dan diskusi, khususnya dalam mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik serta menerapkan strategi digital marketing di lingkungan Pemerintah Kota Tarakan.

1. Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan, bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta mengenai pemasaran digital (*digital marketing*) serta penerapannya di lingkungan pemerintah daerah. Melalui penggunaan metode ceramah dan diskusi, peserta

mampu memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang konsep dasar, strategi, serta teknik pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan oleh instansi pemerintah untuk meningkatkan keterlibatan dan komunikasi dengan masyarakat. Adapun Dosen yang terlibat dalam kegiatan dan bertindak sebagai Narasumber adalah Ir. Syaddam, S.Kom., M.Cs. dari Program Studi D-III Sistem Informasi Politeknik Bisnis Kaltara. Sebelum Narasumber menyampaikan materi mengenai digital marketing pemerintah daerah, terlebih dahulu moderator akan memperkenalkan narasumber yang akan memberikan pemaparan pada sesi kegiatan ini. Penyampaian materi oleh narasumber diperlihatkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Penyampaian materi oleh narasumber

2. Penyampaian materi

Sesi penyampaian materi oleh narasumber penting untuk dilakukan dalam kegiatan workshop. Melalui pemaparan materi yang komprehensif, para peserta dapat memperoleh pemahaman yang mendalam tentang konsep, strategi, dan teknik pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan dalam lingkungan pemerintah daerah. Beberapa materi yang dibahas seperti pemasaran *Online* (daring) yang memanfaatkan teknologi digital untuk menjangkau audiens sasaran, perbandingan antara pemasaran konvensional dan digital, pentingnya digital marketing, peran pemasaran digital dalam mendukung Transformasi Digital Pemerintah, ciri-ciri Transformasi Digital, pemasaran digital dalam lingkungan pemerintahan, serta tujuan pemasaran digital bagi pemerintahan. Beberapa *slide* materi presentasi yang memuat materi mengenai *digital marketing* yang ditampilkan dan digunakan selama kegiatan berlangsung diperlihatkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Slide materi presentasi

3. Diskusi

Sesi diskusi merupakan kesempatan bagi para peserta untuk mengajukan pertanyaan serta menyampaikan pendapat mereka terkait materi yang telah dipaparkan. Tujuan dari sesi diskusi ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan teknik yang dapat dimanfaatkan dalam digital marketing. Diskusi merupakan bagian penting dari kegiatan workshop, karena memungkinkan peserta untuk terlibat secara aktif dengan materi yang disampaikan dan memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana prinsip-prinsip dan strategi pemasaran digital dapat diterapkan di lingkungan pemerintahan. Melalui diskusi interaktif, para peserta dapat menggali lebih dalam konsep-konsep yang telah dibahas sebelumnya serta meminta klarifikasi atau informasi tambahan dari pemateri. Peserta juga menanyakan bagaimana pemanfaatan media sosial yang efektif dalam pemasaran digital untuk instansi mereka, agar dapat meningkatkan keterlibatan dan komunikasi serta jangkauan informasi kepada masyarakat. Diskusi dalam kegiatan Workshop ini diperlihatkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Kegiatan diskusi

Dalam sesi diskusi, para peserta tidak hanya melakukan tanya jawab, tetapi juga berbagi pengalaman dan pandangan mereka dengan narasumber terkait dengan masalah-masalah yang dihadapi dalam menggunakan beberapa aplikasi yang dikembangkan oleh pemerintah, serta kendala-kendala yang mereka temui dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan hasil diskusi, terlihat antusiasme yang tinggi dari peserta dalam mengikuti kegiatan workshop ini. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ini diharapkan dapat menjadi sarana yang efektif untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman dalam pemasaran digital yang dapat mendukung peningkatan indeks Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik di lingkungan pemerintah daerah. Diskusi interaktif ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperdalam pemahaman mereka tentang konsep-konsep pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keterlibatan dan komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, serta mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung transformasi digital di lingkungan pemerintah daerah.

4. Evaluasi dan penutup

Evaluasi dalam kegiatan workshop pengembangan TIK menunjukkan Tingkat partisipasi aktif dari peserta yang sangat baik, dalam kegiatan ini peserta aktif dalam diskusi, saling bertanya, dan berinteraksi dengan lancar selama kegiatan berlangsung. Hal ini menandakan materi yang disampaikan oleh Narasumber relevan dan menarik bagi peserta. Selain itu, peserta juga secara terbuka berbagi pengalaman mereka selama kegiatan workshop, hal memberikan wawasan tambahan tentang bagaimana peserta dapat memahami materi yang disampaikan, serta tantangan yang hadapi di lapangan. Secara keseluruhan, kegiatan workshop pengembangan TIK berjalan efektif dan berhasil mendorong partisipasi serta pemahaman yang komprehensif di kalangan peserta. Setelah rangkaian kegiatan yang telah dilakukan, masuk ke penutupan acara, moderator menyampaikan terima kasih kepada seluruh peserta atas partisipasi aktif dan kontribusi berharga selama kegiatan. Setelah kata penutup yang disampaikan oleh moderator, acara ditutup dengan sesi foto bersama oleh peserta, Panitia, dan Narasumber, foto bersama pada kegiatan penutupan diperlihatkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Sesi foto bersama

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh Dosen Politeknik Bisnis Kaltara telah berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana. Kegiatan ini diselenggarakan dalam bentuk workshop yang diprakarsai oleh Dinas Komunikasi dan Informatika serta Persandian Kota Tarakan dan dihadiri oleh para peserta yang merupakan staf admin data/admin aplikasi Sistem Informasi (SIM) instansi-instansi perangkat daerah yang berada di lingkungan pemerintah Kota Tarakan. Workshop Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi dilaksanakan bertempat di Ruang Imbaya, Kantor Walikota Tarakan.

Melalui kegiatan *workshop* ini, dapat disimpulkan bahwa adanya wadah untuk mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik serta menerapkan strategi digital marketing di lingkungan Pemerintah Daerah dapat menjadi solusi yang efektif. Kegiatan ini telah berhasil meningkatkan pemahaman dan pengetahuan para peserta mengenai konsep, strategi, dan teknik pemasaran digital yang dapat dimanfaatkan oleh instansi pemerintah untuk meningkatkan keterlibatan dan komunikasi dengan masyarakat. Melalui sesi penyampaian materi dan diskusi interaktif, peserta memperoleh wawasan yang mendalam tentang bagaimana prinsip-prinsip dan strategi *digital marketing* dapat diterapkan dalam lingkungan pemerintahan, serta bagaimana pemanfaatan media sosial yang efektif dapat mendukung transformasi digital di lingkungan Pemerintah Daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Barbosa, B., Saura, J. R., & Bennett, D. (2024). How do Entrepreneurs Perform Digital Marketing Across the Customer Journey? A Review and Discussion of the Main Uses. *The Journal of Technology Transfer*, 49(1), 69–103. <https://doi.org/10.1007/s10961-022-09978-2>.
- Ernungtyas, N. F., & Boer, R. F. (2023). The Citizen Trust and Engagement in Indonesia Government's Social Media and Website. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 16(1). <https://doi.org/10.29313/mediator.v16i1.2159>.
- Frans Sudirjo, Arief Yanto Rukmana, Hilarius Wandan, & Muhammad Lukman Hakim. (2023). Pengaruh

- Kapabilitas Pemasaran, Digital Marketing dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisman : Riset Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.52005/bisnisman.v5i1.134>.
- Hertin, R. D., & Ahmad Pitra. (2024). Pengaruh Digital Marketing: Social Media Campaign terhadap Minat Mendaftar di Perguruan Tinggi (Studi Kasus: Universitas Global Jakarta). *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(2), 01–07. <https://doi.org/10.56127/jushpen.v3i2.1508>.
- Hidayat, D. F. (2022). Desain Metode Ceramah dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *INOVATIF: Jurnal Penelitian Pendidikan, Agama, Dan Kebudayaan*, 8(2), 141–156. <https://doi.org/10.55148/inovatif.v8i2.300>.
- Mundzir, M., Zulkarnain, R., Agustina, L. H., & Piyani, H. O. (2024). Pelatihan Digitalisasi Literasi dan Kompetensi Pendidik Satuan Kesetaraan. *JURNAL MULIA*, 3(1), 123–128.
- Nurhasanah, S., Rahimah, S., Amaru, K., Windarningsih, F., & Qanita, N. (2023). Peningkatan Nilai Tambah Ubi bersama Kelompok Wanita Tani Harumanis di Kutamandiri. *Abdimas Galuh*, 5(2), 1298. <https://doi.org/10.25157/ag.v5i2.10923>.
- Prastiwi, I. E., Fitria, T. N., & Kusuma, I. L. (2020). Sosialisasi Penggunaan Online Shop Berbasis Syariah di Dukuh Sangrahan Pucangan, Kartasura, Sukoharjo. *BUDIMAS : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2). <https://doi.org/10.29040/budimas.v2i2.1421>.
- Rachmadi, T. (2020). *The Power Of Digital Marketing* (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Salya Rater, & Balkhaya. (2023). The Influence of Social Media Digital Marketing Analysis on New Student Acceptance in a University. *Jurnal Inotera*, 8(1), 150–154. <https://doi.org/10.31572/inotera.Vol8.Iss1.2023.ID226>.
- Sari, N. K., & Al-Hafiz, A. H. (2024). Sosialisasi Reduksi Limbah Kotoran Kambing sebagai Pupuk Kompos Alternatif di Kabupaten Nunukan. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(3), 870–880. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v5i3.1739>.
- Sasa, S., Sapto Adi, D., Triono, M. A., & Supanto, F. (2021). Optimalisasi Usaha Kecil Menengah melalui Pelatihan Digital Marketing. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 6(3), 358–371. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v6i3.5366>.
- Siregar, N. A. (2023). Analysis Mix Digital Marketing towards Satisfaction Customers in SMEs in Village Padang Tualang. *International Journal of Management, Economic and Accounting*, 1(2), 62–72. <https://doi.org/10.61306/ijmea.v1i2.7>.
- Syahfitri, J., & Herlina, M. (2024). Pelatihan dan Workshop “Pemanfaatan Media Pembelajaran Interaktif” bagi Guru-Guru MTs Negeri 1 Kabupaten Seluma. *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 15(1), 59–64. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v15i1.14923>.
- Syam, D. L., & Mayangsari, I. D. (2023). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Brand Awareness: *Reslaj : Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(1), 197–211. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i1.3280>.
- Wona, L. M., Pare, M. I., Deme, C. M., Io, A., Itu, A., & Lawe, Y. U. (2023). Peningkatan Kemampuan Berpikir Kritis Siswa Kelas 3 SD pada Pembelajaran IPA melalui Metode Diskusi. *Jurnal Citra Pendidikan Anak*, 2(1), 24–35. <https://doi.org/10.38048/jcpa.v2i1.1524>.