

AKAR (Aksi Komunitas Aktif dan Responsif): Pemberdayaan Komunitas Bonsai melalui Literasi Digital dan Optimalisasi Konten Kreatif Berbasis Teknologi Informasi

Andi Heri Riswanto¹, Jusriati^{2*}, Safwan Kasma³,
Wisnu Kurniadi⁴, Indriani⁵, Rifky Tamsir⁶

^{1, 2, 5, 6} Universitas Muhammadiyah Palopo

^{3, 4} Universitas Cokroaminoto Palopo

* jusriati@umpalopo.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan komunitas Radar Gallery Bonsai di Desa Puty, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu, untuk meningkatkan kapasitas literasi digital dan promosi berbasis teknologi. Tujuan utama kegiatan adalah memberdayakan komunitas dalam pengelolaan identitas digital, produksi konten visual, serta penyusunan media promosi dan branding komunitas secara mandiri. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan literasi digital, pembuatan website dan katalog digital, pelatihan konten visual, pelatihan branding komunitas, serta pendampingan dan evaluasi. Kegiatan ini melibatkan seluruh anggota komunitas bonsai yang terbagi dalam kelompok pelatihan literasi digital, produksi konten, dan branding visual. Hasil utama yang dicapai meliputi terbentuknya identitas visual komunitas, website aktif, katalog digital dengan sistem kode respons cepat, serta tersedianya lebih dari 15 konten promosi visual hasil produksi anggota komunitas. Para peserta melaporkan peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk dan aktivitas komunitas. Kegiatan ini memperkenalkan pendekatan baru berbasis kolaborasi digital yang mendorong keterlibatan aktif masyarakat secara langsung dalam proses peningkatan kapasitas komunitas secara berkelanjutan.

Kata Kunci: komunitas, aktif, responsif

Pendahuluan

Komunitas bonsai merupakan bagian dari ekosistem masyarakat kreatif yang berperan penting dalam pelestarian lingkungan, pengembangan seni budaya lokal, serta penguatan ekonomi berbasis hobi dan keterampilan (Siregar et al., 2025). Di berbagai daerah, komunitas ini tumbuh secara organik sebagai wadah bagi individu yang memiliki ketertarikan terhadap seni membentuk dan merawat tanaman miniatur (Anasrulloh et al., 2024). Keberadaan komunitas bonsai tidak hanya menumbuhkan kesadaran ekologis dalam pemanfaatan ruang hijau, tetapi juga mendorong munculnya potensi ekonomi kreatif yang bernilai tinggi apabila dikelola secara profesional (Purnomo et al., 2024).

Salah satu komunitas yang menunjukkan perkembangan positif dalam konteks ini adalah Radar Gallery Bonsai, yang berlokasi di Desa Puty, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan. Komunitas ini memiliki anggota aktif sekitar 40 orang dengan latar belakang sosial yang beragam, meliputi petani, pekerja harian, pedagang, hingga pensiunan. Mereka secara rutin melakukan pertemuan, berbagi pengetahuan seputar teknik pembentukan bonsai, mengikuti pameran lokal, serta mengadakan pelatihan perawatan tanaman bonsai. Dalam beberapa tahun terakhir, sebagian anggota komunitas bahkan telah mampu menghasilkan bonsai berkualitas tinggi yang berhasil dipasarkan dengan harga jutaan rupiah per unit.

Keunikan komunitas ini tidak hanya terletak pada kemampuan teknis anggotanya, tetapi juga pada kekayaan varietas tanaman lokal yang mereka kelola. Jenis-jenis tanaman seperti asem (*Tamarindus indica*), beringin (*Ficus benjamina*), dan serut (*Streblus asper*) menjadi bahan dasar yang melimpah dan memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk bonsai khas lokal. Potensi tersebut sebenarnya bisa menjadi keunggulan komparatif komunitas dalam bersaing di pasar nasional maupun internasional, terlebih apabila diiringi dengan strategi promosi dan pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

Namun demikian, di balik berbagai potensi tersebut, komunitas Radar Gallery Bonsai masih menghadapi sejumlah tantangan fundamental yang menghambat pengembangannya secara optimal dan berkelanjutan. Salah satu permasalahan utama adalah rendahnya tingkat literasi digital di kalangan anggota komunitas. Sebagian besar anggota belum memiliki pemahaman memadai tentang pemanfaatan teknologi digital untuk keperluan promosi, komunikasi, maupun edukasi. Aktivitas digital seperti penggunaan media sosial, pengelolaan *platform e-commerce*, hingga penyusunan konten digital edukatif belum terintegrasi dalam keseharian komunitas. Akibatnya, eksistensi mereka di ruang digital sangat terbatas dan cenderung tidak terkelola secara strategis.

Masalah lainnya adalah minimnya akses dan kemampuan dalam pemasaran digital. Produk bonsai yang dihasilkan anggota komunitas umumnya dipasarkan melalui cara-cara konvensional seperti penjualan langsung saat pertemuan komunitas, pasar mingguan, atau berdasarkan rekomendasi dari mulut ke mulut. Pendekatan ini tentu membatasi jangkauan pasar yang dapat diraih, padahal minat terhadap bonsai terus meningkat, baik di tingkat nasional maupun internasional, terutama di kalangan kolektor, pegiat seni taman, dan pencinta tanaman hias.

Selain itu, komunitas ini juga belum memiliki identitas digital yang kuat dan terstruktur. Tidak tersedia website resmi, akun media sosial komunitas, maupun katalog digital yang bisa menjadi etalase produk dan aktivitas komunitas secara profesional. Hal ini menyebabkan produk-produk bonsai yang bernilai seni tinggi kurang terekspos secara optimal. Di era digital yang menekankan pada visual storytelling, ketiadaan narasi visual dan dokumentasi berkualitas menjadikan komunitas kurang menarik di mata pasar dan calon mitra potensial (Julianto et al., 2025).

Kendala teknis juga menjadi faktor yang menghambat transformasi digital komunitas (Judijanto et al., 2024). Keterbatasan perangkat digital, seperti kamera, komputer, dan jaringan internet, serta minimnya keterampilan pengoperasian alat-alat tersebut, membuat sebagian besar anggota merasa tidak percaya diri untuk memproduksi konten

sendiri. Konten-konten yang dihasilkan sering kali kurang menarik secara estetika dan tidak mampu bersaing di tengah banjir konten visual di media sosial. Hal ini diperparah dengan belum terbangunnya strategi pengelolaan media sosial yang sistematis, termasuk dalam hal perencanaan konten, penjadwalan unggahan, dan interaksi dengan audiens digital.

Melihat berbagai persoalan di atas, maka diperlukan intervensi strategis yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga edukatif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, Program AKAR (Aksi Komunitas Aktif dan Responsif) dirancang sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada peningkatan kapasitas literasi digital dan optimalisasi konten kreatif berbasis teknologi informasi.

Program ini bertujuan untuk: Meningkatkan kemampuan digital anggota komunitas, mulai dari dasar penggunaan media sosial, aplikasi pemasaran daring, hingga teknik komunikasi digital yang efektif; Mendorong kemandirian komunitas dalam memproduksi konten visual, audio, dan naratif yang edukatif dan menarik, guna mendukung daya tarik dan nilai jual produk bonsai (Dahriansyah et al., 2025); Memperluas jangkauan pemasaran dengan pemanfaatan platform digital, seperti *marketplace*, website komunitas, dan media sosial; Membantu membangun identitas digital dan *brand image* komunitas yang kuat dan konsisten, selaras dengan karakter seni dan budaya lokal; Menumbuhkan pola pikir inovatif dan adaptif di kalangan anggota komunitas terhadap perkembangan teknologi dan ekonomi digital.

Program ini selaras dengan beberapa poin dalam agenda pembangunan nasional Asta Cita (Achmad et al., 2024), antara lain Asta Cita 3 (mewujudkan masyarakat produktif dan mandiri melalui penciptaan lapangan kerja dan kewirausahaan), Asta Cita 4 (penguatan sumber daya manusia dan penguasaan iptek), serta Asta Cita 6 (penguatan pembangunan desa). Dalam konteks global, kegiatan ini mendukung pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya SDG 4 (Pendidikan Berkualitas), SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), dan SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur).

Lebih jauh lagi, kegiatan pengabdian ini juga sejalan dengan pencapaian Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi. Keterlibatan mahasiswa secara langsung dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat mendukung IKU 2, peran aktif dosen dalam pendampingan dan pelatihan berbasis teknologi tepat guna mencerminkan IKU 3, sementara kolaborasi dengan pelaku UMKM dan konten kreator memperkuat IKU 4. Penerapan model pelatihan kolaboratif dan berbasis praktik dalam kegiatan ini turut mendukung IKU 7 yang menekankan pada kelas kolaboratif dan partisipatif.

Dengan adanya program ini, diharapkan komunitas Radar Gallery Bonsai tidak hanya mampu bertransformasi secara digital, tetapi juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan nilai tambah produknya, serta memperkuat eksistensinya sebagai bagian dari masyarakat seni dan budaya yang adaptif terhadap tantangan zaman.

Metode Pelaksanaan

Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Program pengabdian ini dilaksanakan di Desa Puty, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu, Provinsi Sulawesi Selatan, yang merupakan lokasi aktif komunitas Radar Gallery Bonsai. Kegiatan berlangsung selama tiga bulan, mulai dari Juni hingga Agustus 2025, dengan pelaksanaan kegiatan inti seperti pelatihan, pendampingan, dan evaluasi dilakukan secara langsung di balai komunitas setempat dan halaman terbuka yang digunakan sebagai galeri bonsai.

Khalayak Sasaran/Mitra Kegiatan

Mitra utama dalam kegiatan ini adalah Komunitas Radar Gallery Bonsai, yang terdiri atas sekitar 40 anggota aktif, dengan latar belakang profesi yang bervariasi, seperti petani, pensiunan, dan pelaku UMKM lokal. Penentuan mitra dilakukan berdasarkan hasil peninjauan awal oleh tim pengabdian dengan mempertimbangkan beberapa kriteria.

Metode Pengabdian

Program ini menggunakan pendekatan partisipatif kolaboratif berbasis inovasi teknologi lokal. Rangkaian kegiatan dilakukan secara bertahap dan sistematis, meliputi:

Persiapan

1. Sosialisasi program kepada mitra komunitas
2. Survei awal melalui observasi, wawancara, dan FGD untuk mengidentifikasi kebutuhan dan menyepakati bentuk intervensi
3. Penyusunan modul pelatihan, peralatan digital, dan skema kegiatan

Pelatihan dan Penyuluhan

Dilakukan dalam bentuk sesi kelas mini dan praktik langsung, mencakup:

1. Pelatihan literasi digital dasar (penggunaan media sosial, Canva, WhatsApp Bisnis)
2. Pelatihan pembuatan website dan katalog digital berbasis CMS
3. Pelatihan produksi konten visual (fotografi & videografi sederhana)
4. Pelatihan branding digital dan penyusunan strategi komunikasi visual

Demonstrasi dan Praktik Langsung

1. Demonstrasi langsung penggunaan aplikasi edit foto dan video
2. Pembuatan konten promosi berbasis storytelling visual
3. Simulasi pengelolaan akun media sosial dan unggahan konten

Pendampingan dan Monitoring

1. Pendampingan langsung oleh tim dosen dan mahasiswa
2. Sesi diskusi mingguan dan koreksi hasil praktik
3. Monitoring partisipasi dan kemajuan setiap peserta pelatihan

Produksi dan Implementasi

1. Pembuatan website komunitas
2. Penyusunan katalog digital dan QR Code
3. Pengumpulan dan publikasi konten visual di media sosial komunitas
4. Pembuatan identitas visual komunitas (logo, slogan, palet warna)

Indikator Keberhasilan

Indikator keberhasilan ditetapkan berdasarkan keluaran dan dampak nyata dari kegiatan yang dilakukan, meliputi:

1. Terselenggaranya pelatihan literasi digital dasar dan lanjutan
2. Minimal 10 anggota komunitas aktif mengikuti pelatihan hingga akhir
3. Komunitas memiliki website aktif yang menampilkan profil dan produk bonsai
4. Tersedianya katalog digital dalam format PDF, lengkap dengan QR Code
5. Minimal 15 konten visual (foto dan video) dihasilkan dan diunggah
6. Terbentuknya identitas visual komunitas secara digital
7. Media sosial komunitas aktif, dengan content calendar bulanan berjalan
8. Terbentuknya tim pengelola konten internal komunitas yang berfungsi secara bergilir]

Hasil dan Pembahasan

Hasil Kegiatan Secara Umum

Program AKAR telah dilaksanakan secara bertahap selama tiga bulan di Komunitas Radar Gallery Bonsai, Desa Puty, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu. Kegiatan ini mencakup enam tahapan utama, mulai dari sosialisasi hingga pendampingan dan evaluasi. Seluruh kegiatan dilaksanakan secara langsung dengan melibatkan seluruh anggota komunitas sebagai peserta aktif. Selama program berlangsung, komunitas menunjukkan antusiasme tinggi terhadap pelatihan, terutama dalam aspek produksi konten dan penggunaan media sosial untuk promosi bonsai.



Gambar 1. Foto Bersama Komunitas Radar Galeri Bonsai

Tabel 1. Ringkasan Luaran Program Akar

Tahapan Kegiatan	Luaran Utama	Keterangan
Sosialisasi & Survei Awal	Pemetaan kebutuhan dan kesiapan komunitas	FGD + wawancara mendalam
Pelatihan Literasi Digital	Akun media sosial aktif (Instagram & Facebook)	Ketua dan anggota mengelola akun bersama
Pembuatan Website & Katalog Digital	Website komunitas & katalog bonsai dalam format PDF + QR	Website berbasis CMS, QR Code dicetak & disebarluaskan
Pelatihan Produksi Konten Visual	20 konten visual (foto dan video pendek)	Diunggah secara bertahap di akun Instagram komunitas
Pelatihan Branding & Engagement	Identitas visual lengkap (logo, slogan, warna komunitas)	Disusun bersama dalam sesi workshop branding
Evaluasi & Pendampingan	Laporan keterlibatan & peningkatan kompetensi peserta	Berdasarkan kuesioner & dokumentasi kegiatan

Transformasi Digital Komunitas: dari Konvensional ke Adaptif

Sebelum program dimulai, aktivitas promosi dan komunikasi dalam komunitas bersifat sangat konvensional dan terbatas. Hal ini sejalan dengan konsep *digital divide* (Kusnanto et al., 2024) yang menjelaskan kesenjangan akses dan kemampuan digital sebagai penghambat utama dalam transformasi sosial-ekonomi komunitas lokal.

Setelah pelatihan literasi digital, terjadi peningkatan pemahaman dan keberanian anggota dalam memanfaatkan platform digital (Permana et al., 2024). WhatsApp sebelumnya hanya digunakan untuk komunikasi internal, kini telah diperluas untuk keperluan promosi. Instagram dan Facebook Page juga mulai dikelola aktif oleh tim komunitas, yang sebelumnya belum pernah dikelola sama sekali. Kegiatan ini membuktikan bahwa pemberdayaan berbasis technological empowerment (Reniati et al., 2025) dapat mempercepat adopsi teknologi pada komunitas non-digital.



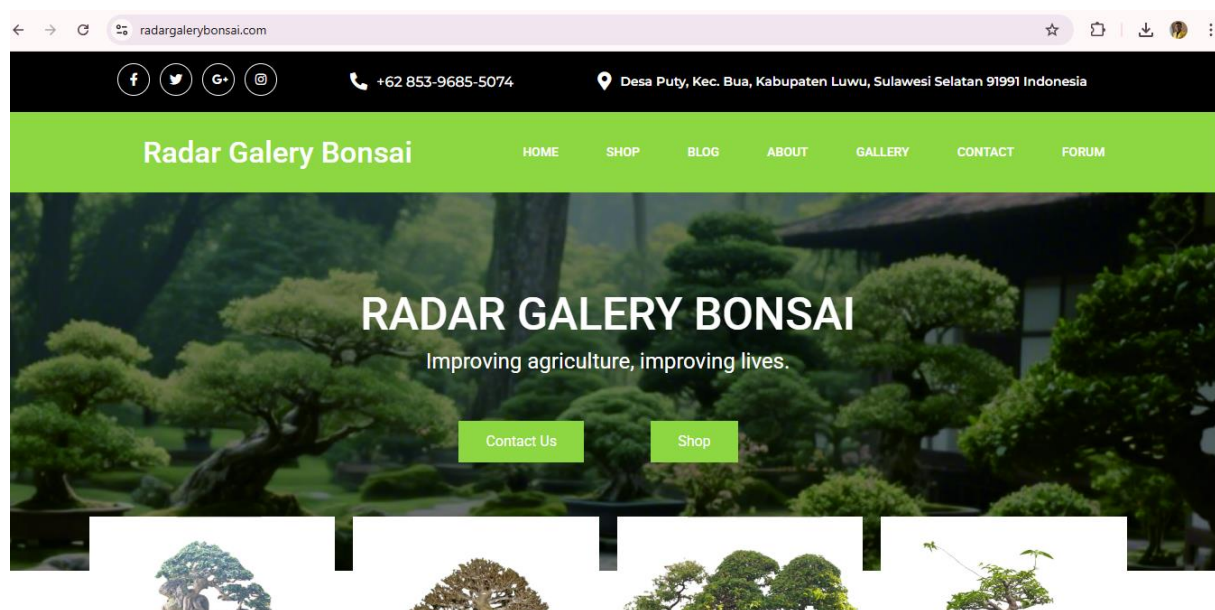
Gambar 2. Pelatihan Literasi Digital dan Pengelolaan Media Digital

Website dan Katalog Digital: Meningkatkan Aksesibilitas dan Daya Saing

Pembuatan website komunitas berbasis CMS (*Content Management System*) (Subariah et al., 2021) memungkinkan anggota komunitas, tanpa latar belakang teknis, untuk mengelola konten secara mandiri. Website ini berisi profil komunitas, galeri bonsai, dan agenda kegiatan, serta terhubung dengan katalog digital produk bonsai yang telah dibuat yang dapat diakses melalui <https://radargallerybonsai.com/>. Penerapan QR Code pada katalog fisik yang disebar dalam pameran lokal memberikan kemudahan akses bagi calon pembeli atau mitra. Ini sejalan dengan prinsip *user-generated content and accessibility* dalam pemasaran digital (Nisrina, 2021) Dalam konteks komunitas seni dan kerajinan, strategi ini memudahkan koneksi antara pencipta dan pasar yang lebih luas.



Gambar 3. Pelatihan Website dan Katalog Digital



Gambar 4. Tampilan Website dan Katalog Digital

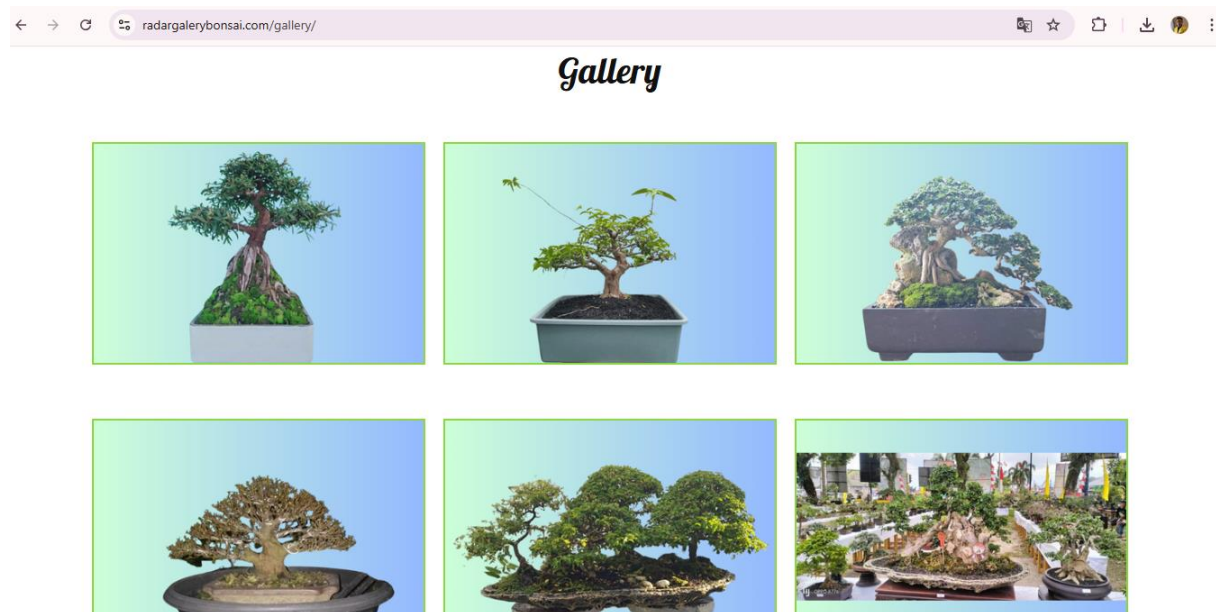
Produksi Konten Visual: Memperkuat Daya Tarik Visual Produk Lokal

Konten visual bonsai, yang sebelumnya tidak terdokumentasi secara baik, kini telah diproduksi dalam bentuk fotografi dan video pendek. Pelatihan dasar fotografi menggunakan ponsel dan aplikasi seperti Snapseed dan CapCut sangat efektif meningkatkan kemampuan dokumentasi dan *storytelling* visual (Wirayuda & Saputri, 2025).

Peningkatan ini memberikan kontribusi terhadap persepsi visual dan citra profesional komunitas. Hal ini memperkuat teori visual marketing yang menekankan pentingnya pencitraan visual dalam membangun koneksi emosional dengan audiens.



Gambar 5. Pelatihan Konten Visual



Gambar 6. Tampilan Konten Visual di Website

Branding dan Identitas Visual: Membangun Citra yang Kuat dan Berkarakter

Pelatihan branding komunitas menghasilkan identitas visual yang lengkap, terdiri dari logo komunitas, slogan, serta skema warna dan tipografi khas. Dalam pelatihan, peserta diajak memahami pentingnya *brand narrative* dan *value proposition* dalam promosi sosial maupun komersial (Kusuma, 2024).

Pembentukan branding komunitas ini sejalan dengan konsep *community-based branding* (Harahap et al., 2024), yang menggarisbawahi bahwa identitas visual adalah elemen penting untuk membangun loyalitas, membedakan komunitas dari pesaing, dan memperkuat jejaring kolaboratif.



Gambar 7. Logo Radar Galery Bonsai Sebelum dan Sesudah

Kebermanfaatan Bagi Mitra Komunitas

Manfaat yang dirasakan oleh komunitas meliputi: Peningkatan kapasitas digital secara langsung (literasi, konten, branding); Ekspansi jangkauan promosi, tidak hanya di tingkat lokal tetapi mulai menjangkau pembeli dari luar daerah; Meningkatnya rasa percaya diri dalam mempresentasikan produk bonsai di media sosial; Terbentuknya tim pengelola konten internal yang berfungsi sebagai unit kerja kreatif komunitas. Berikut salah satu testimoni anggota komunitas

“Setelah program ini, saya jadi percaya diri mengelola Instagram bonsai saya sendiri. Bahkan sudah dapat orderan dari luar kota,”

Program AKAR menunjukkan bahwa intervensi berbasis teknologi informasi yang dilaksanakan secara partisipatif mampu meningkatkan kapasitas komunitas dalam aspek literasi digital, pemasaran, dan identitas kolektif. Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, komunitas Radar Gallery Bonsai berhasil membangun eksistensi digitalnya secara aktif dan berkelanjutan. Ini menjadi bukti nyata bahwa pendekatan berbasis *community empowerment* dapat berkontribusi secara langsung terhadap kemandirian ekonomi kreatif Masyarakat.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat melalui Program AKAR (Aksi Komunitas Aktif dan Responsif) membawa pendekatan baru dalam pemberdayaan komunitas seni bonsai berbasis literasi digital, branding, dan produksi konten visual. Keunikan kegiatan ini terletak pada integrasi pelatihan teknis digital dengan penguatan identitas komunitas secara simultan. Hal ini memungkinkan komunitas Radar Gallery Bonsai tidak hanya menjadi lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga mampu menampilkan karya mereka secara profesional di ranah digital.

Manfaat yang dirasakan oleh mitra komunitas sangat nyata, baik dalam peningkatan keterampilan digital, perluasan jejaring promosi, maupun kepercayaan diri dalam memasarkan produk bonsai secara mandiri. Program ini berkontribusi pada teori pemberdayaan komunitas dan literasi digital dengan menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif dan berbasis kebutuhan riil komunitas dapat mempercepat transformasi digital masyarakat akar rumput.

Sebagai rekomendasi untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan modul pelatihan lanjutan yang mencakup aspek monetisasi konten, pengelolaan toko daring, serta kolaborasi dengan pelaku UMKM lainnya. Selain itu, perlu dilakukan penguatan kelembagaan komunitas agar keberlanjutan inovasi digital dapat terjaga secara mandiri dalam jangka panjang.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada komunitas Radar Gallery Bonsai di Desa Puty, Kecamatan Bua, Kabupaten Luwu yang telah menjadi mitra dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM). Terima kasih atas kerja sama, semangat, dan partisipasi aktif yang diberikan selama pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat, Ditjen Diktiristek, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, atas dukungan pendanaan melalui Program PKM Tahun Anggaran 2025 dalam skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat – Kemitraan Masyarakat.

Referensi

- Achmad, Z. A., Rosida, D. F., Priyadarshini, R., Safeyah, M., & Lestari, W. D. (2024). *Peran inovasi untuk mendorong UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) bidang ekonomi kreatif*. CV. Putra Media Nusantara (PMN).
- Anasrulloh, M., Ibrahim, J. T., Machmud, M., & Sujono, I. (2024). *Tindakan Sosial Dalam Komunitas Pecinta Tanaman Hias Srawung Ndulur*. Bildung.
- Dahriansyah, D., Wibowo, A., & Siahaan, A. D. (2025). Pemberdayaan Komunitas Melalui Pelatihan Teknologi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mitra Kreasi Cendekia (MKC)*, 3(1), 190–197.

- Harahap, M., Bilgies, A., Nurjanah, S., & Wijayanto, G. (2024). Pengembangan Branding Lokal Berkelanjutan: Mempromosikan Produk Unggulan dan Pariwisata Daerah melalui Pemasaran Berbasis Komunitas. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(2), 644–653.
- Judijanto, L., Setiawan, Z., Wiliyanti, V., Gunawan, P. W., Suryawan, I. G. T., Mardiana, S., Ridwan, A., Kusumastuti, S. Y., Putra, B. P. P., & Joni, I. D. M. A. B. (2024). *Literasi Digital di Era Society 5.0: Panduan Cerdas Menghadapi Transformasi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Julianto, I. N. L., Sumadewa, I. N. Y., Kasmana, K., Surahman, A., Yasa, G. P. P. A., Isnaini, W., Septarina, S. W., Ridlo, M. H. R., Hidayatullah, T., & Darmawan, A. J. (2025). *Desain Komunikasi Visual Era Society 5.0*. Sidyanusa.
- Kusnanto, K., Noviyanti, N., Gudiatto, C., & Usman, U. (2024). Transformasi Sosial-Ekonomi di Masyarakat Pedalaman: Integrasi Teknologi dan Ketahanan Pendidikan Menengah Kebawah. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 10(2), 192–202.
- Kusuma, H. W. (2024). Merancang Value Pada Merek (Brand Value). In A. S. Egim (Eds.). *Branding Strategy di Era Digital*, 107.
- Nisrina, R. G. (2021). User generated content sebagai strategi komunikasi pemasaran digital: studi kasus fenomena# shopeehaul. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(6), 558–571.
- Permana, S., Ramadhan, M. Z. S., Fatah, M. A., Anwar, S., Rohmah, S., Ibrahim, G., Farhani, S. A., Sastradipraja, R. M. A. F., Rizky, M. N., & Arif, Z. (2024). Literasi Digital Sebagai Langkah Awal Siswa dalam Memberantas Hoax dan Ujaran Kebencian. *Jurnal PkM MIFTEK*, 5(2), 29–36.
- Purnomo, E. P., Khairunnisa, T., Prabawa, W. G., Lestari, R., Irawan, I., & Sohsan, I. (2024). *Community For Sustainable Development “Strategi Dan Tatakelola Baru Yang Berkelanjutan Bagi Pembangunan Daerah Melalui Komunitas.”* Tohar Media.
- Reniaty, S. E., Tastafiyani, S. E., & Nizwan Zuhri, S. E. (2025). *Strategi Digital Global: Membangun Talenta, Budaya, dan Platform pada UMKM Ekonomi Kreatif*. Mega Press Nusantara.
- Siregar, A. A., Darmayasa, D., Rianty, E., Hamdani, M., Minarsi, A., Amirullah, A., Juansa, A., & Ery, A. P. (2025). *Pariwisata Kreatif: Mengembangkan Pariwisata Berbasis Budaya dan Ekonomi Kreatif*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Subariah, R., Persada, G. N., Maulana, D., Sari, A. J., Fitriani, D., Kemal, M. W., & TTD, S. A. (2021). Pelatihan Pembuatan Website Menggunakan CMS (Content Management System) Joomla Pada SMK Bina Putra Mandiri. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 1(2), 61–66.
- Wirayuda, M., & Saputri, N. A. O. (2025). Edukasi Editing Konten Digital untuk Meningkatkan Kreativitas di Era Media Sosial pada Kalangan Remaja di Desa Sumber Mekar Mukti. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(4), 1515–1521.