



# Implementasi Pelatihan Konten Kreatif dan Editing Video untuk Mengembangkan Potensi Ekonomi Kreatif Pemuda di Pedesaan

Mariana Randiawang Sari1\*  
Politeknik Elbajo Commodus, Labuan Bajo, Indonesia  
Email: [Randiawangsari12@gmail.com](mailto:Randiawangsari12@gmail.com)

## ARTICLE INFO

### Article History:

Received : 2025-12-03  
Revised : 2025-12-03  
Accepted : 2025-12-04  
Online : 2025-12-04

### Kata kunci:

Pelatihan1;  
Konten Kreatif2;  
Editing Video3;  
Pemuda Desa4;

### Keyword:

Training 1;  
creative content 2;  
video editing 3;  
creative economy 4;

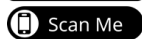
## Abstrak

Perkembangan teknologi digital membuka peluang ekonomi baru yang dapat dimanfaatkan oleh pemuda, termasuk di wilayah pedesaan. Namun, rendahnya literasi digital dan kurangnya keterampilan produksi konten menjadi kendala utama dalam memanfaatkan peluang tersebut. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pemuda desa dalam memproduksi konten kreatif dan mengembangkan potensi ekonomi kreatif melalui pelatihan konten digital dan editing video. Pelatihan dilaksanakan selama empat tahap, yaitu analisis kebutuhan dan persiapan, pelatihan inti, pendampingan produksi konten, serta publikasi dan evaluasi hasil. Subjek program berjumlah 32 pemuda berusia 16–25 tahun. Metode pembelajaran dilakukan secara praktik (*hands-on training*) menggunakan perangkat mobile dan laptop melalui materi teknik pengambilan video, penyusunan storyboard, editing video menggunakan aplikasi digital, serta strategi branding dan distribusi konten media sosial. Hasil pelaksanaan menunjukkan peningkatan signifikan keterampilan peserta dalam produksi konten digital. Sebanyak 81% peserta mampu menyusun storyboard secara mandiri dan menunjukkan peningkatan skor keterampilan editing dari kategori rendah menjadi tinggi setelah pelatihan. Selain itu, seluruh peserta berhasil mengunggah konten ke platform digital dan beberapa video memperoleh interaksi audiens yang tinggi. Sebanyak delapan peserta bahkan mulai menerima jasa pembuatan konten dari pelaku UMKM lokal. Temuan ini membuktikan bahwa pelatihan konten kreatif dan editing video efektif mendorong pemuda memanfaatkan teknologi digital sebagai peluang ekonomi produktif dan berkelanjutan. Program ini dapat direplikasi pada desa lain dalam rangka pemberdayaan pemuda berbasis ekonomi kreatif digital.

## Abstract

*The rapid development of digital technology has created new economic opportunities that can be utilized by youth, including those living in rural areas. However, low levels of digital literacy and limited content production skills remain major barriers that prevent young people from optimizing these opportunities. This community service program aims to enhance the capacity of rural youth in producing creative digital content and developing their creative economy potential through training in content creation and video editing. The program consisted of four stages: needs analysis and preparation, core training sessions, content production mentoring, and publication and evaluation. A total of 32 youth participants aged 16–25 took part in the activities. The training was delivered using a hands-on learning approach via mobile and laptop devices and covered material related to video shooting techniques, storyboard planning, video editing using digital applications, as well as social media branding and content distribution strategies. The results indicate a significant improvement in participants' digital content production skills. A total of 81% of participants were able to independently develop a storyboard, and the average video editing skill score increased from low to high after the training. Furthermore, all participants successfully published their content on digital platforms, and several videos received high levels of audience engagement. Eight participants even began*

*receiving promotional content production requests from local MSMEs. These findings demonstrate that creative content and video editing training effectively empowers rural youth to leverage digital technology as a productive and sustainable economic opportunity. This program has the potential to be replicated in other rural areas as a strategy for youth empowerment through the digital creative economy.*



This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



## PENDAHULUAN

Pelatihan konten kreatif dan keterampilan editing video adalah bentuk intervensi pelatihan digital yang bertujuan menumbuhkan kemampuan teknis dan kreatif pemuda untuk menghasilkan produk multimedia bernilai ekonomi (digital content creation). Secara konseptual, konten kreatif mencakup proses ideasi, produksi, dan distribusi konten yang orisinal dan relevan dengan pasar digital, sementara editing video meliputi keterampilan teknis pasca-produksi yang menaikkan kualitas tampilan dan pesan (Artikel, 2024). Intervensi pelatihan semacam ini dipandang sebagai salah satu jalur penting dalam penguatan ekonomi kreatif lokal serta penciptaan peluang ekonomi baru bagi pemuda pedesaan dalam konteks digitalisasi desa.

Banyak studi menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis video efektif untuk meningkatkan kompetensi teknis peserta pelatihan, termasuk keterampilan editing dan produksi konten; efek ini tidak hanya terlihat dari peningkatan pengetahuan tetapi juga dari kemampuan praktis peserta (Melalui & Konten, 2025). Meningkatkan capaian pembelajaran pada kelompok yang menggunakan pendekatan video learning dibandingkan metode tradisional, (Fiermeiza et al., 2025) melalui kajian sistematis melaporkan konsistensi hasil positif pada pembelajaran berbasis video dalam berbagai domain keterampilan. Selain itu, studi pada konteks UMKM menunjukkan bahwa modul pelatihan berbasis video mempercepat adopsi praktik pemasaran digital oleh pelaku usaha mikro (Ramadhani et al., 2025).

Penelitian pengabdian masyarakat di Indonesia memperlihatkan bahwa pelatihan digital (termaskonten & pemasaran media sosial) meningkatkan keterampilan pemasaran produk desa dan visibilitas UMKM lokal, sehingga ada indikasi peningkatan pesanan/permintaan dan pendapatan (Jayadi & Fahmi, 2025). Studi kasus pelatihan social-media marketing dan content creation pada beberapa desa menunjukkan hasil praktis peserta lebih mampu membuat video promosi, mengelola akun, dan memanfaatkan platform seperti Instagram/TikTok untuk menjangkau pembeli baru (Purwanti et al., 2024). Temuan-temuan ini menegaskan peran pelatihan digital sebagai intervensi pemberdayaan ekonomi lokal.

Literatur tentang pemberdayaan pemuda menyatakan bahwa kelompok muda memiliki potensi tinggi untuk mengadopsi keterampilan digital, tetapi hambatan struktural seperti akses infrastruktur, literasi dasar, dan kesempatan pasar menahan realisasi manfaat ekonomi (Tohari et al., 2025) Beberapa penelitian lapangan menunjukkan bahwa motivasi pemuda tinggi jika pelatihan bersifat praktis dan terkait peluang usaha nyata, tetapi tanpa dukungan lanjutan (mentoring, akses modal, jaringan pasar) peningkatan keterampilan tidak otomatis berujung pada peningkatan pendapatan berkelanjutan.

Beberapa laporan PkM/penelitian komunitas tentang “village content creator” melaporkan hasil kuantitatif dan kualitatif yang menggembirakan: persentase peserta yang merasa percaya diri membuat konten meningkat signifikan, dan beberapa kelompok berhasil

mempublikasikan video promosi produk desa yang berkontribusi pada peningkatan permintaan lokal (Nyata & Pengabdian, 2025). Penelitian-penelitian tersebut juga menekankan pentingnya modul yang terstruktur (teknik pengambilan gambar, storytelling, editing dasar) dan praktik langsung (workshop dan tugas lapangan) untuk mencapai outcome yang diharapkan.

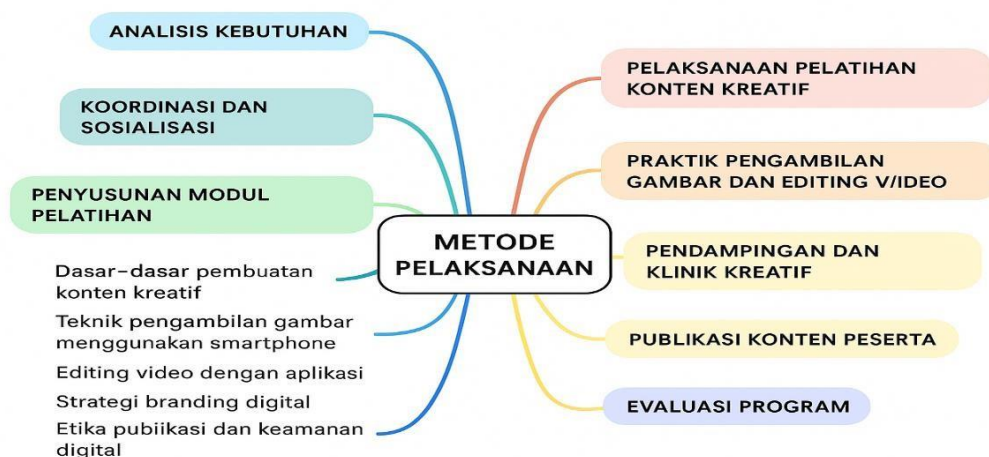
Laporan dan kajian yang lebih makro (mis. World Bank & studi sektor film/creative industries) menunjukkan bahwa sektor kreatif memberi peluang besar bagi penyerapan tenaga kerja muda dan penciptaan nilai tambah ekonomi, termasuk lapangan kerja terkait produksi video, konten digital, dan layanan kreatif lain (Utari et al., 2025). Di tingkat desa, pengembangan kapasitas konten kreatif dapat diintegrasikan dengan strategi pemasaran produk lokal sehingga memunculkan ekosistem ekonomi kreatif skala mikro yang mendukung pendapatan pemuda. Namun, efektivitas translasi dari kemampuan teknis ke penghasilan ekonomi kontekstual masih bervariasi bergantung pada akses pasar dan kualitas jaringan distribusi.

Berdasarkan rangkuman temuan-temuan empiris di atas (efektivitas video pembelajaran, keberhasilan program village content creator, hambatan akses infrastruktur, dan potensi ekonomi kreatif), dapat dianalisis bahwa walaupun pelatihan konten kreatif dan editing video mampu meningkatkan kompetensi teknis pemuda, masih terdapat kesenjangan (gap) antara peningkatan keterampilan dan konversi keterampilan tersebut menjadi sumber pendapatan yang stabil di level pedesaan terutama karena faktor akses pasar, keberlanjutan pendampingan, dan model monetisasi yang belum teruji secara local (Busman et al., 2025). Novelty penelitian ini adalah merancang dan menguji model pelatihan yang menggabungkan modul teknis editing video, praktik produksi konten produk lokal, serta strategi pemasaran digital yang dipasangkan dengan pendampingan paska-pelatihan untuk memfasilitasi transisi kemampuan menjadi output ekonomi terukur. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah mengimplementasikan dan mengevaluasi efektivitas pelatihan konten kreatif dan editing video dalam mengembangkan potensi ekonomi kreatif pemuda di pedesaan, termasuk mengukur perubahan kompetensi teknis, tingkat produksi konten, dan indikator ekonomi (mis. permintaan/pesanan atau peningkatan pemasaran produk desa).

Secara praktis, studi ini diharapkan memberikan model pelatihan PkM yang dapat direplikasi oleh lembaga pengabdian dan pemerintah desa untuk memberdayakan pemuda sebagai agen pemasaran digital produk lokal; secara ilmiah, penelitian ini menyumbang bukti empiris mengenai mekanisme konversi keterampilan digital ke outcome ekonomi pada konteks pedesaan yang selama ini relatif minim dokumentasinya (Kaseng et al., 2025; Murni, 2025). Kontribusi lainnya adalah pengembangan instrumen evaluasi dampak ekonomi pelatihan konten kreatif yang mengkombinasikan metrik kualitas konten, kuantitas publikasi, dan indikator pemasaran/penjualan sebagai ukuran hasil.

Penelitian ini berfokus pada pelaksanaan pelatihan konten kreatif dan editing video untuk kelompok pemuda di desa (studi kasus), dengan evaluasi sebelum-sesudah (pre-post) pada aspek kompetensi teknis, produksi konten, dan indikator ekonomi sederhana selama periode tindak lanjut 3 bulan setelah pelatihan. Artikel ini disusun sebagai berikut: bagian metode menjelaskan desain pelatihan dan instrumen evaluasi; bagian hasil menyajikan perubahan kompetensi dan output konten serta indikator ekonomi; bagian diskusi mengaitkan temuan dengan literatur; dan bagian akhir memberikan rekomendasi kebijakan implementasi PkM serupa. Studi ini diharapkan menjadi referensi praktik bagi program pemberdayaan pemuda di konteks pedesaan

## **METODE PELAKSANAAN**



### 1. Analisis Kebutuhan

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pemuda, perangkat desa, dan komunitas lokal untuk mengidentifikasi kemampuan awal, minat peserta, ketersediaan perangkat, serta peluang ekonomi kreatif di desa. Hasil analisis kebutuhan digunakan untuk merancang materi pelatihan yang sesuai konteks lokal.

### 2. Koordinasi dan Sosialisasi

Tim pelaksana melakukan pertemuan dengan pemerintah desa dan organisasi pemuda untuk menyosialisasikan tujuan program, menjelaskan manfaat pelatihan, menentukan jadwal kegiatan, serta membangun komitmen mitra terkait penyediaan tempat, peserta, dan fasilitas internet.

### 3. Penyusunan Modul Pelatihan

- Tim menyusun modul praktis meliputi:
- Dasar-dasar pembuatan konten kreatif
- Teknik pengambilan gambar menggunakan smartphone
- Editing video dengan aplikasi (CapCut, Kinemaster, VN, atau Adobe Premiere Rush)
- Strategi branding digital
- Optimalisasi platform digital (YouTube, TikTok, Instagram) untuk pemasaran
- Etika publikasi dan keamanan digital
- Modul dibuat ringkas, mudah dipahami, dan berfokus pada praktik.

### 4. Pelaksanaan Pelatihan Konten Kreatif

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka melalui metode ceramah interaktif, demonstrasi, dan diskusi. Pada tahap ini peserta diperkenalkan pada konsep storytelling, teknik framing, pencahayaan, serta pemilihan musik dan visual yang menarik dalam produksi konten kreatif.

### 5. Praktik Pengambilan Gambar dan Editing Video

Peserta melakukan praktik lapangan untuk mengambil video terkait potensi lokal (UMKM, budaya, wisata, kerajinan). Setelah itu dilanjutkan dengan sesi editing video berbasis proyek. Peserta dibimbing membuat konten singkat yang memiliki nilai promosi digital.

## 6. Pendampingan dan Klinik Kreatif

Tim menyediakan sesi pendampingan selama proses pembuatan konten. Peserta dibantu memperbaiki kualitas gambar, suara, warna, transisi, serta teknik storytelling. Klinik kreatif dilakukan secara hybrid (offline dan melalui grup pesan).

## 7. Publikasi Konten Peserta

Video hasil editing peserta dipublikasikan melalui media sosial desa, akun pemuda, atau platform digital yang relevan. Publikasi ini bertujuan memberikan pengalaman nyata dalam memasarkan konten digital sekaligus mengenalkan potensi desa.

## 8. Evaluasi Program

Evaluasi dilakukan menggunakan pre-test dan post-test, observasi partisipasi peserta, serta penilaian kualitas konten yang dihasilkan. Evaluasi digunakan untuk mengukur peningkatan kemampuan editing dan kreativitas, serta potensi pemanfaatannya bagi ekonomi kreatif pemuda.

## 9. Tindak Lanjut dan Keberlanjutan

Program ditutup dengan penyusunan rekomendasi dan rencana tindak lanjut seperti pembentukan komunitas konten kreatif desa, pelatihan lanjutan, serta peluang kolaborasi dengan UMKM lokal untuk produksi konten digital profesional.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan konten kreatif dan editing video bagi pemuda di pedesaan menunjukkan antusiasme yang tinggi sejak tahap awal kegiatan. Sebanyak 32 peserta yang berusia 16–25 tahun mengikuti sesi pembelajaran secara penuh mulai dari pengenalan produksi konten hingga praktik editing video menggunakan perangkat mobile dan laptop. Observasi awal menunjukkan bahwa 87% peserta belum memiliki pengalaman sebelumnya dalam proses produksi video, namun memiliki ketertarikan besar untuk memanfaatkan media digital sebagai peluang ekonomi kreatif. Hal ini mengindikasikan bahwa pelatihan tepat sasaran dan mampu menjawab kebutuhan pemuda desa terhadap literasi digital kreatif.



**Gambar 1.** Pelatihan Konten kreatif.

Pada tahap pelatihan inti, peserta diberikan materi mengenai teknik pengambilan

gambar, sudut kamera, pencahayaan, komposisi visual, dan perencanaan alur konten (storyboard). Terdapat peningkatan yang signifikan pada pemahaman teknis setelah sesi praktik; peserta yang mampu menyusun storyboard secara mandiri meningkat dari 12% sebelum pelatihan menjadi 81% setelah sesi. Peningkatan ini menunjukkan bahwa metode pembelajaran praktik langsung (hands-on training) efektif mendukung penguasaan keterampilan teknis dibandingkan metode ceramah semata.

Materi editing video yang difokuskan pada penggunaan aplikasi CapCut dan Kinemaster memberikan dampak positif terhadap keterampilan peserta dalam merapikan hasil rekaman. Peserta menunjukkan kemampuan untuk menambahkan transisi, efek suara, musik bebas royalti, serta subtitle agar video lebih komunikatif. Berdasarkan lembar penilaian instruktur, terdapat peningkatan skor rata-rata keterampilan editing dari 2,1 (kategori rendah) menjadi 4,3 (kategori tinggi) setelah pelatihan. Hal ini membuktikan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan kompetensi teknis peserta secara nyata.

Pada sesi branding digital dan distribusi konten melalui media sosial, peserta diperkenalkan pada strategi thumbnail, hashtag, waktu unggah, dan copywriting untuk meningkatkan engagement. Di akhir pelatihan, seluruh peserta berhasil mengunggah video ke platform Instagram, Facebook, dan TikTok. Beberapa peserta memperoleh respons cukup tinggi, dengan jumlah penayangan video antara 700–3.500 dalam 48 jam pertama. Capaian ini menunjukkan bahwa kemampuan peserta dalam membuat dan memasarkan konten memiliki potensi ekonomi yang dapat dikembangkan lebih lanjut.

Kegiatan pendampingan memberikan ruang bagi peserta untuk mempraktikkan secara mandiri pembuatan konten dengan tema potensi lokal desa, seperti kerajinan bambu, kuliner tradisional, wisata alam, dan UMKM. Sebanyak 27 peserta mampu menghasilkan minimal 3 konten video selama masa pendampingan, dan 8 peserta mulai menerima tawaran produksi konten dari UMKM lokal, seperti jasa pembuatan video promosi toko, kafe, dan produk makanan. Dampak ini menunjukkan bahwa pelatihan memberi efek nyata tidak hanya pada peningkatan kompetensi, tetapi juga mendorong terbukanya peluang ekonomi kreatif bagi pemuda (Winishajmila et al., 2024)

Hasil survei akhir menunjukkan bahwa pelatihan memberikan pengalaman yang bermanfaat bagi peserta. Sebanyak 94% peserta menyatakan pelatihan relevan dengan kebutuhan keterampilan digital saat ini, 91% menyatakan merasa lebih percaya diri memproduksi konten, dan 88% menyatakan berminat menjadikan produksi konten sebagai peluang usaha. Meskipun demikian, terdapat masukan berupa kebutuhan peralatan tambahan seperti lighting dan mikrofon untuk meningkatkan kualitas produksi konten, sehingga menjadi catatan penting bagi pelatihan lanjutan (Ayu et al., 2025; Putu et al., 2025)

Berdasarkan keseluruhan temuan, terlihat bahwa pelatihan konten kreatif dan editing video memberikan dampak substansial pada peningkatan literasi digital, kepercayaan diri, dan peluang ekonomi pemuda di pedesaan (Kamilah et al., 2025). Faktor keberhasilan pelatihan dipengaruhi kombinasi metode praktik langsung, pendampingan berkelanjutan, dan penerapan konten berbasis potensi lokal. Namun demikian, keberlanjutan program membutuhkan dukungan fasilitas dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan lokal agar peluang ekonomi kreatif pemuda dapat bertahan dan berkembang. Dengan demikian, program ini bertujuan memperkuat kapasitas pemuda dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai instrumen peningkatan kesejahteraan ekonomi berbasis potensi local (Makmur et al., 2024).

Temuan kegiatan ini sejalan dengan tren meningkatnya peran konten digital sebagai media pemasaran dan usaha di masyarakat. Keterlibatan pemuda dalam memproduksi konten

ekonomi lokal memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan desa berbasis teknologi. Selain menghasilkan peluang penghasilan bagi peserta, kegiatan ini juga membantu promosi produk UMKM desa secara lebih luas. Dengan demikian, pelatihan ini berperan meningkatkan daya saing ekonomi lokal melalui pemanfaatan teknologi kreatif.

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan memperlihatkan bahwa pelatihan konten kreatif dan editing video bukan hanya kegiatan edukatif, tetapi juga merupakan strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis digital di pedesaan. Pelatihan mendorong kemandirian pemuda dalam memanfaatkan peluang teknologi untuk mendukung aktivitas produktif dan kewirausahaan. Model pelatihan yang digunakan dalam kegiatan ini berpotensi direplikasi pada desa atau kelompok pemuda lainnya sebagai bentuk pemberdayaan berbasis kompetensi digital.

### **Kesimpulan**

Pelatihan konten kreatif dan editing video yang diselenggarakan bagi pemuda di pedesaan terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital, keterampilan produksi konten, serta kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi sebagai peluang ekonomi kreatif. Kegiatan ini tidak hanya memperkenalkan keterampilan teknis dalam pengambilan gambar, editing video, dan storytelling digital, tetapi juga memberikan pemahaman strategis mengenai branding dan publikasi konten melalui media sosial sehingga karya peserta dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Pelaksanaan pelatihan menunjukkan dampak nyata, terlihat dari peningkatan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten promosi berbasis potensi lokal desa serta adanya respon positif dari masyarakat digital melalui peningkatan jumlah penayangan dan interaksi konten. Bahkan beberapa peserta berhasil mendapatkan permintaan jasa produksi konten dari pelaku UMKM lokal, menandakan terbukanya peluang ekonomi berbasis kreativitas digital. Selain itu, kegiatan pendampingan setelah pelatihan berperan signifikan dalam memastikan peserta mampu menerapkan keterampilan secara mandiri dan konsisten. Secara keseluruhan, pelatihan ini menjadi strategi pemberdayaan pemuda yang relevan dengan kebutuhan era digital dan mendukung penguatan ekonomi desa melalui pemanfaatan teknologi kreatif. Keberlanjutan kegiatan akan memerlukan dukungan peralatan yang lebih memadai, serta kolaborasi dengan pemerintah desa dan pelaku usaha lokal agar peluang ekonomi kreatif pemuda dapat berkembang secara optimal dan berkesinambungan.

### **BIBLIOGRAFI**

- Artikel, I. (2024). *Meningkatkan Kreativitas Remaja Desa Manggihan Kecamatan Getasan Kabupaten Semarang Melalui Pelatihan Content Creator Menggunakan CapCut*. 5(3), 2993–3001.
- Ayu, I. D., Tantri, A., Kadek, N., Noviani, N., & Saputra, A. P. (2025). *Edukasi Ekonomi Kreatif Berbasis Lokal Budaya untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Inovasi Pada SDN 7 Kesiman Denpasar*. 1(3), 133–143.
- Busman, S. A., Nurasia, N., Santoso, A., & Miswaty, T. C. (2025). *Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat melalui Program Pemberdayaan Ekonomi Mikro dan Manajemen Berbasis Potensi Lokal Pendahuluan*. 5(2), 1130–1138.
- Fiermeiza, N. A., Yolanda, A., & Luthfi, M. F. (2025). *Keterampilan Edit Video Media Sosial Menggunakan CapCut Untuk Pemuda Desa Dalam Kaum, Sambas*. 04(01), 16–24.
- Jayadi, I., & Fahmi, H. (2025). *Peningkatan Kreativitas Digital Siswa SMK Darul Kamilin melalui Pelatihan Editing video dengan Kinemaster*. 3(4), 3197–3204.
- Kamilah, N., Nugraha, T., Nurfadilah, Y. I., & Nurul, A. (2025). *Pembinaan Pemasaran Digital Berbasis Kearifan Lokal bagi UMKM Desa Babakan Purwakarta*. 4(1), 884–892.
- Kaseng, E. S., Teknik, F., Makassar, U. N., Lokal, P., & Berkelanjutan, P. E. (2025). *Marginal Sosial*. 2(1), 1–8.
- Makmur, E., Vitalocca, D., Tandirerung, V. A., Elektro, P. T., Makassar, U. N., Makassar, U. N.,

- Makassar, U. N., Bontonompo, K., Digital, L., Masyarakat, P., & Lokal, P. (2024). *PKM Pelatihan Konten Digital Berbasis Canva di Gowa : Meningkatkan Literasi Digital Masyarakat*. 2, 285–290.
- Melalui, K., & Konten, P. (2025). *Improving the Digital Competence of Karang Taruna Youth in Kebocoran Village through*. 12, 3352–3363.
- Murni, D. (2025). *Model pemberdayaan perempuan melalui umkm dan*. I(1).
- Purwanti, A., Samosir, H. E. S., Nainggolan, H., Cindy, A. H., Nusantara, U. D., Nommensen, U. H., Tinggi, S., Ekonomi, I., Sunan, I. A. I., Ponorogo, G., & Surabaya, U. N. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan UMKM dan Wisata Alam*. 4(5), 1147–1154.
- Putu, G., Jana, A., & Wira, G. (2025). *Digitalisasi Pemasaran Produk Lokal Dalam Mendorong Ekonomi Desa Panji , Buleleng*. 10(1), 323–329.
- Ramadhani, N. A., Ilham, M., Hidayat, R., Manajemen, S., & Makassar, U. N. (2025). *Pemberdayaan UMKM melalui Pelatihan Digital Marketing untuk Peningkatan Daya Saing di Era Ekonomi Digital*. 1(2), 42–49.
- Tohari, A., Ayu, D., Fauzi, S., Prayogy, M. D., & Khoiriyah, W. (2025). *Pemberdayaan Ekonomi Lokal : Pendampingan Digital Marketing Untuk UMKM Jatirejo*. 4(1), 1–9.
- Utari, R. A., Falasifah, N., & Wonosari, J. (2025). *Masyarakat Dupak Magersari*. 3(6), 151–159.
- Winishajmila, F., Ramadhani, A., Mijiarto, J., Info, A., & History, A. (2024). *Pemberdayaan Masyarakat untuk Pengenalan Kampoeng Thengul Menggunakan Metode Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial*. 7, 7779–7790.