

**PELATIHAN DIGITAL MARKETING: PEMBUATAN CONTENT MARKETING DAN SOCIAL MEDIA UNTUK Mendukung PROGRAM KEWIRAUSAHAAN SISWA BMW (BEKERJA, MELANJUTKAN DAN WIRAUSAHA) DI SMKN 1 CILEUNGSI**

*Digital Marketing Training: Content Marketing and Social Media Creation to Support Student Entrepreneurship Programs BMW (Bekerja, Melanjutkan Dan Wirausaha) at SMKN 1 Cileungsi*

Revita Desi Hertin<sup>1\*</sup>, Halimatuz Zuhriyah<sup>2</sup>, Ahmad Pitra<sup>1</sup>, Nurul Aslamiah Istiqomah<sup>1</sup>, Filan Nadam<sup>2</sup>, Chika Arzika<sup>1</sup>, Ninda Amalia<sup>1</sup>, Ichsani Nurul Islam<sup>2</sup>, Januar Iqbal<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Global Jakarta, <sup>2</sup>Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer Universitas Global Jakarta

*Jalan Boulevard No 2, Grand Depok City, Kota Depok, Jawa Barat, Indonesia*

\*Alamat Korespondensi : [revita@jgu.ac.id](mailto:revita@jgu.ac.id)

*(Tanggal Submission: 12 November 2024, Tanggal Accepted : 18 April 2025)*



**Kata Kunci :**

*Digital Marketing, Content Marketing, Social Media Marketing, Kewirausahaan, Pelatihan*

**Abstrak :**

Dalam era digital yang semakin berkembang, pemasaran digital telah menjadi salah satu komponen penting dalam strategi bisnis. Kemampuan untuk memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk mempromosikan produk dan layanan menjadi keterampilan yang krusial bagi generasi muda. Oleh karena itu, pelatihan digital marketing, pembuatan konten marketing, dan social media marketing di SMKN 1 Cileungsi sangat diperlukan untuk mempersiapkan siswa agar dapat bersaing di dunia kerja yang semakin kompetitif. Pelatihan digital marketing yang dilaksanakan di SMKN 1 Cileungsi bertujuan untuk meningkatkan keterampilan siswa dalam pembuatan content marketing dan strategi pemasaran media sosial. Program ini mendukung inisiatif kewirausahaan siswa yang dikenal sebagai BMW (Bekerja, Melanjutkan, Wirausaha), di mana banyak produk telah dihasilkan oleh siswa, tetapi masih kurang dalam hal pemahaman pemasaran digital. Metode pelaksanaan mencakup observasi untuk mengidentifikasi kebutuhan, sosialisasi program kepada guru dan siswa, serta pelatihan praktik yang terdiri dari sesi teori dan praktik langsung. Pada sesi teori, peserta mempelajari dasar-dasar content marketing dan social media marketing, sementara sesi praktik berfokus pada teknik fotografi produk. Hasil dari evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan peserta, dengan nilai rata-rata pretest meningkat dari 35,1 menjadi 68,5 pada posttest. Selain itu, pelatihan ini juga dilengkapi dengan

pemberian alat fotografi yang diperlukan untuk mendukung kegiatan pembelajaran di masa mendatang. Diharapkan, program ini tidak hanya meningkatkan keterampilan siswa dalam digital marketing, tetapi juga menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan kewirausahaan di lingkungan sekolah, sehingga siswa dapat lebih siap menghadapi tantangan di dunia usaha yang semakin kompetitif.

**Key word :**

*Digital Marketing, Content Marketing, Social Media Marketing, Entrepreneurship, Training*

**Abstract :**

In the rapidly evolving digital era, digital marketing has become a vital component of modern business strategies. The ability to utilize digital platforms and social media to promote products and services is now a crucial skill, especially for the younger generation. Therefore, digital marketing training—including content creation and social media marketing—at SMKN 1 Cileungsi is essential in preparing students to compete in an increasingly competitive job market. The training program implemented at SMKN 1 Cileungsi aims to enhance students' competencies in content marketing and social media strategy. It supports the school's entrepreneurial initiative known as BMW (Bekerja, Melanjutkan, Wirausaha—Work, Continue Education, Entrepreneurship), which encourages student-led product development. However, many of these products lack sufficient digital marketing strategies. The program's implementation involved three main stages: (1) observation to identify student needs; (2) dissemination of program information to both teachers and students; and (3) hands-on training sessions, consisting of theoretical and practical components. The theoretical sessions introduced students to the fundamentals of content and social media marketing, while the practical sessions focused on product photography techniques. Evaluation results indicated a significant improvement in participants' knowledge, with the average score increasing from 35.1 (pre-test) to 68.5 (post-test). Furthermore, the training was supported by the provision of photography equipment to sustain future learning activities. This initiative is expected not only to improve students' digital marketing capabilities but also to foster a sustainable entrepreneurial ecosystem within the school. Ultimately, the program aims to better equip students with the necessary skills to face challenges in the increasingly dynamic business environment.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Hertin, R. D., Zuhriyah, H., Pitra, A., Istiqomah, N. A., Nadam, F., Arzika, C., Amalia, N., Islam, I. N., & Iqbal, J. (2025). Pelatihan Digital Marketing: Pembuatan Content Marketing dan Social Media untuk Mendukung Program Kewirausahaan Siswa BMW (Bekerja, Melanjutkan Dan Wirausaha) di SMKN 1 Cileungsi. *Jurnal Abdi Insani*, 12(4), 1386-1394. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i4.2240>

## PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin berkembang, pemasaran digital telah menjadi salah satu komponen penting dalam strategi bisnis (Supriyanto, 2023). Istilah BMW disini merupakan singkatan dari Bekerja, Melanjut, dan Wirausaha (Audrey dkk., 2023). Program ini merupakan program dari pemerintah untuk mensosialisasikan kemana arah siswa/I SMK setelah lulus sekolah (Darmawan dkk., 2021). Dikhususkan pada poin Wirausaha, ditemukan sudah banyak produk produk yang dibuat oleh



Siswa SMKN 1 Cileungsi sebagai bentuk project kewirausahaan (Dwi Kasvi dkk., 2024), produk yang dihasilkan bervariasi termasuk diantaranya makanan, minuman, produk kerajinan tangan dan lain lain. Namun hal ini belum didukung dengan keterampilan untuk meningkatkan nilai jual produk ini dan belum adanya metode pemasaran digital yg dikenalkan ke siswa/i di sekolah (Ali Pahmi & Imtihan, t.t.).

Digital marketing memainkan peran yang sangat penting dalam pengembangan kewirausahaan di sekolah karena memungkinkan para siswa untuk memanfaatkan teknologi dan platform digital guna mempromosikan produk atau jasa yang mereka ciptakan (Fauzia Aprilia & Hatammimi, 2024). Dengan menggunakan alat digital seperti media sosial, website, dan iklan online, siswa dapat menjangkau audiens yang lebih luas, bahkan di luar lingkungan sekolah (Howard dkk., 2014). Hal ini tidak hanya meningkatkan kemampuan mereka dalam berbisnis, tetapi juga mengajarkan mereka tentang pentingnya branding, analisis pasar, dan strategi pemasaran yang efektif (Trivedi & Malik, 2021). Selain itu, digital marketing memberikan kesempatan untuk berinovasi dan beradaptasi dengan tren pasar yang terus berkembang, yang sangat penting untuk kesuksesan usaha di era digital ini (Keke, 2022).

Tujuan mendasar dari program ini adalah Membangun ekosistem digital konten dan Social media marketing dan mendukung program kewirausahaan di lingkungan sekolah dengan pembuatan modul sebagai bahan ajar para guru kewirausahaan (Wijaya dkk., 2023). Selain pengetahuan guru akan content dan social media marketing ini masih sangat kurang, fasilitas dan alat-alat untuk praktikum juga belum memadai (Karim dkk., 2022). Alat alat seperti kamera, audio, dan lighting masih belum ada. Selain itu yang tidak kalah penting yaitu modul ajar yang bisa dijadikan pedoman oleh para guru untuk melakukan pengajaran dibidang content dan digital marketing ini (Dimitrios dkk., 2023)

Selain daripada itu, program ini juga bertujuan untuk memberikan ilmu terkait digital marketing sehingga siswa/i SMKN 1 mempunyai pengetahuan yang bisa dimanfaatkan untuk hasil karyanya. Pelatihan Social media marketing ini sendiri mencakup pemasaran pada sosial media baik berbayar maupun gratis, copyright produk dan cara membuat caption yang menjual dan mampu meningkatkan nilai jual produk yang telah mereka ciptakan (Junior Cardoso da Silva dkk., 2023).

Pada program ini juga akan dihasilkan modul bahan ajar yang bisa dimanfaatkan oleh guru mata pelajaran untuk kegiatan kewirausahaan dikemudian hari. Pelatihan ini akan dilaksanakan selama 2 hari untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh Mitra. Barang-barang kebutuhan seperti kamera, lighting akan diberikan kepada sekolah untuk menunjang kebutuhan mata pelajaran 'Kewirausahaan' ke depannya.

Program ini dilakukan dalam beberapa tahap, dari pengamatan, diskusi internal tim pengabdian, diskusi dengan pihak sekolah, kegiatan pelatihan sampai penulisan luaran. Dimulai dari pengamatan tim penulis beberapa kali hadir dalam entrepreneurship day di sekolah, dan melakukan diskusi baik dengan guru maupun dengan siswa terkait, pengecekan alat dan fasilitas pada lab multimedia sekolah, dan merangkum apa saja yang diperlukan sekolah untuk bisa menerapkan hasil dari kegiatan pelatihan ini.

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada guru dan siswa/i SMKN 1 Cileungsi untuk meningkatkan nilai jual pada produk yang mereka sudah kembangkan. Berbagai pelatihan seperti foto produk dan packaging design akan dilakukan pada program ini.

Luaran dari program ini yaitu Modul Ajar, Content Marketing termasuk foto produk, dan poster untuk social media posting. Mahasiswa yang terlibat pada kegiatan ini akan membimbing langsung siswa/i SMK dalam pelatihan ini. Luaran lainnya berupa jurnal nasional terakreditasi SINTA, video kegiatan, dan publikasi pada media cetak elektronik.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan ini dilaksanakan di SMKN 1 Cileungsi, Kabupaten Bogor. Peserta Kegiatan ini berjumlah 30 Siswa/i dan 10 Guru. Kegiatan ini dilaksanakan selama dua hari dimana hari pertama



membahas teori mengenai entrepreneurship dan digital marketing, untuk hari ke dua merupakan hari praktik fotografi produk dan pembuatan konten digital.

Adapun alur kegiatan akan digambarkan melalui gambar 1 berikut



Gambar 1. Alur Kegiatan

Berikut merupakan penjelasan untuk alur kegiatan diatas:

#### 1. **Survey dan Observasi:**

Tujuan dari proses ini adalah untuk memahami situasi dan menentukan kebutuhan yang diperlukan. Untuk melakukan ini, daerah sasaran ditetapkan dengan menggunakan data hasil mediasi dengan SMKN 1 Cileungsi. Selain itu, tim meninjau lokasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih luas tentang tujuan implementasi pengabdian. Selain itu, observasi dilakukan di sekolah target untuk mengevaluasi kesesuaian dan kelayakan barang yang akan diberikan kepada mitra.

#### 2. **Sosialisasi program:**

Untuk menentukan jadwal dan waktu pengerjaan dokumen modul sebagai bahan ajar yang akan digunakan sebagai materi pengabdian, kepala sekolah dan guru SMKN 1 Cileungsi diminta untuk menyelaraskan program kegiatan. Pada sosialisasi ini, guru dan siswa akan diberikan pengetahuan pra-tes untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka tentang pemasaran konten dan pemasaran sosial media.

#### 3. **Kegiatan Pelatihan I:**

Pada sosialisasi ini, guru akan mendapatkan pengetahuan pra-tes dan akan diberikan pelatihan tentang pemasaran konten, termasuk foto produk dan poster promosi. Siswa-siswa yang menjadi target pelatihan akan melakukan praktik langsung membuat foto produk dengan modul yang sudah disediakan.

#### 4. **Kegiatan Pelatihan II:**

Memberi deskripsi dan penjelasan tentang proses pembuatan iklan dan publikasi di sosial media. Untuk meningkatkan kinerja iklan pada sosial media, pelatihan ini mencakup pembuatan caption dan copywriting. Siswa diminta untuk membuat akun sosial media masing-masing dalam kegiatan ini dan membuat konten iklan berdasarkan materi yang telah dibuat pada pelatihan 1 sebelumnya.

#### 5. **Penerapan Teknologi:**

Tim PkM akan memberikan teknologi berupa kamera dan lighting set untuk dipakai oleh guru dan siswa dalam pembelajaran kewirausahaan, tim PkM akan datang dalam proses ini untuk membantu proses pelaksanaan

#### 6. **Pendampingan dan Evaluasi:**

Setelah teknologi diterapkan, tim PKM dan guru akan melakukan evaluasi bersama untuk mengevaluasi kembali kemampuan guru dan siswa/I di SMK N 1 Cileungsi. Setelah itu, tes tambahan akan diberikan kepada guru dan siswa untuk mengukur kemajuan yang dihasilkan dari pelatihan

#### 7. **Penyusunan Luaran dan Publikasi:**

Pada tahap ini dilakukan pembuatan luaran oleh tim PKM. Luaran pada kegiatan ini meliputi video kegiatan, poster kegiatan, jurnal, modul.

#### 8. **Monitoring:**

Tetap dilakukan untuk melihat keberlanjutan program pada kelas kewirausahaan SMKN 1 Cileungsi. Tim PKM akan datang ke sekolah untuk keberlanjutan monitoring 1x sebulan dan akan memberikan evaluasi yang harus diimplementasikan dalam proyek akhir mata pelajaran kewirausahaan di sekolah

#### 9. **Publikasi artikel dan berita:**

Publikasi artikel dan berita merupakan tahap terakhir sebagai rekognisi telah terlaksananya kegiatan ini dengan melakukan publikasi pelaksanaan di media massa elektronik dan media elektronik Jakarta Global University

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada tanggal 4 September 2024, SMKN 1 Cileungsi menjadi tuan rumah pelatihan digital marketing yang sangat berharga, diselenggarakan oleh dosen-dosen Universitas Global Jakarta. Acara ini, bertajuk "Pelatihan Digital Marketing: Pembuatan Content Marketing dan Social Media Marketing," merupakan bagian dari upaya untuk mendukung dan memperkuat program kewirausahaan siswa kami yang dikenal dengan nama BMW-Bekerja, Melanjutkan, dan Wirausaha. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan keterampilan praktis yang sangat diperlukan dalam dunia bisnis digital saat ini.

#### **Sesi Pagi dan Sesi Siang**

Pelatihan berlangsung selama satu hari penuh, yang dibagi menjadi dua sesi utama untuk memberikan kombinasi antara teori dan praktik.



Gambar 2. Partisipasi Guru dalam kegiatan pelatihan

#### **Sesi Pagi: Materi Entrepreneurship dan Social Media Marketing**

Sesi pertama di pagi hari berkonsentrasi pada pengajaran tentang bisnis dan pemasaran media sosial. Sesi ini dipimpin oleh dosen dari Universitas Global Jakarta yang memberikan pengetahuan mendalam tentang strategi digital marketing yang berhasil. Materi yang diberikan mencakup berbagai topik, mulai dari dasar-dasar pemasaran konten hingga strategi-strategi terkini dalam pemasaran sosial media. Ms. Halimatuz Zuhriyah, S.Kom., dari MIT, memberikan materi pertama tentang kewirausahaan.

Para peserta, yang terdiri dari 12 guru dan 40 siswa dari jurusan Teknik Otomasi Industri (TOI), memperoleh pemahaman yang kuat tentang cara membuat dan mengelola konten yang menarik dan relevan selama sesi tersebut. Mereka mempelajari berbagai macam konten yang dapat digunakan untuk menarik perhatian audiens dan bagaimana strategi media sosial dapat meningkatkan pengakuan

dan keterlibatan dengan merek. Berikut merupakan gambar untuk kegiatan penyajian materi oleh para pembicara



Gambar 3. Siswa siswi berpartisipasi dalam acara ini  
Sumber: Dokumentasi Universitas Global Jakarta

Ms. Revita Desi Hertin dari BGD di MIT memberikan materi kedua tentang marketing sosial media. Selain itu, studi kasus dan contoh nyata dari praktik terbaik dalam digital marketing diberikan oleh dosen. Diberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya dan mendapatkan jawaban langsung dari para ahli mengenai masalah yang mereka hadapi dalam kewirausahaan dan pemasaran digital. Mereka bertanya tentang berbagai hal, seperti bagaimana mereka menemukan jenis usaha yang cocok untuk mereka yang masih siswa dan bagaimana membuat bisnis mereka dikenal oleh masyarakat umum. Materi memberikan jawaban tentang trend yang sangat diminati oleh anak muda saat ini. Mereka juga menjelaskan betapa pentingnya konsistensi dalam pembuatan konten promosi untuk pertanyaan kedua.

#### **Sesi Siang: Pelatihan Fotorafi Produk**

Setelah sesi pagi yang intens, pelatihan dilanjutkan dengan sesi kedua di siang hari yang berfokus pada praktik langsung elatihan foto produk. Sesi ini memberi peserta kesempatan untuk mempraktikkan kemampuan mereka dalam mengambil foto produk berkualitas tinggi. Peserta diajarkan oleh dosen dari Universitas Global Jakarta tentang teknik fotografi penting seperti pencahayaan, komposisi, dan penyuntingan. Tiga pemateri, Ms. Nurul Aslamiah Istiqomah, S.Tr.Kom. dari MIT, menyampaikan materi secara langsung. Pelatihan fotografi produk oleh pemateri ditampilkan pada Gambar4, praktik fotografi oleh siswa ditampilkan pada Gambar 5.



Gambar 4. Pemateri 3 mengenai Photo Produk  
Sumber: Dokumentasi Universitas Global Jakarta



Gambar 5. Praktik Langsung oleh Siswa/i dibantu mahasiswi dan properti yang digunakan  
Sumber: Dokumentasi Universitas Global Jakarta

Pelatihan ini dirancang untuk mengajarkan peserta bagaimana cara menghasilkan visual produk yang menarik dan profesional, yang sangat penting dalam pemasaran digital. Dengan menggunakan peralatan yang disediakan, seperti kamera dan set lighting, peserta dapat langsung mempraktikkan teknik-teknik yang telah mereka pelajari.

Hibah dan Dukungan dari Kemendikbudristek melalui Universitas Global Jakarta Sebagai bentuk dukungan tambahan dan komitmen terhadap pengembangan keterampilan siswa dan guru, Universitas Global Jakarta memberikan hibah berupa peralatan yang sangat berguna dalam kegiatan digital marketing (Gambar 6). Hibah tersebut meliputi:

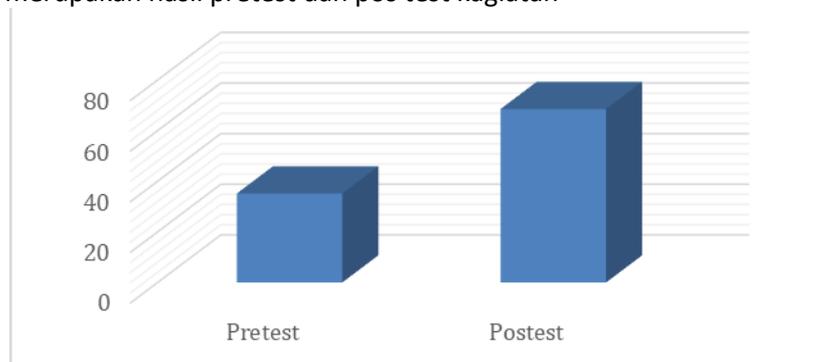
- Kamera: Untuk memfasilitasi pengambilan foto produk berkualitas tinggi.
- Set Lighting: Untuk mendukung pencahayaan yang optimal dalam fotografi produk.
- Modul Penelitian: Berisi materi-materi dan referensi yang dapat digunakan untuk riset dan pengembangan keterampilan lebih lanjut.
- Iklan Marketing Sosial Media: Untuk membantu peserta dalam merancang dan melaksanakan kampanye pemasaran di media sosial.



Gambar 6. Penyerahan Hibah Teknologi Tepat Guna kepada mitra  
Sumber: Dokumentasi Universitas Global Jakarta

## Hasil Peningkatan Keterampilan

Berikut merupakan hasil pretest dan pos test kegiatan



Gambar 7. Peningkatan Nilai rata rata nilai test

Pada kegiatan ini dilakukan pre test dan post test yang diberikan kepada Siswa/i di SMK Negeri 1 Cileungsi. Siswa/i diberikan kuesioner dengan total 15 pertanyaan untuk 2 indikator. Pretest diberikan sebelum diberikan materi dan praktik oleh tim PKM, dan post test dilakukan setelah diberikan materi di hari berikutnya. Berdasarkan hasil pretest rata rata pengetahuan siswa/i dalam entrepreneurship, social media marketing dan product photography terdapat peningkatan rata-rata pengetahuan siswa/i dari poin 35.1 menjadi 68.5 sehingga dapat disimpulkan bahwa pelatihan ini memberikan peningkatan keterampilan yang signifikan.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam atas dukungan dan hibah yang diberikan oleh Kemendikbud Ristek melalui Program Pendanaan Mandiri Penelitian (PMP) 2024. Hibah ini telah berperan sangat penting dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan digital marketing di SMKN 1 Cileungsi yang berlangsung pada tanggal 4 September 2024.

Dengan dukungan pendanaan dari PMP 2024, kami berhasil menyelenggarakan pelatihan yang berfokus pada content marketing dan social media marketing, serta pelatihan langsung dalam fotografi produk. Dukungan ini memungkinkan kami untuk menyediakan peralatan yang sangat dibutuhkan, seperti kamera dan set lighting, yang sangat berkontribusi pada peningkatan keterampilan peserta.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada Mitra yaitu untuk SMKN 1 Cileungsi karena telah memberikan waktu dan kesempatan serta memfasilitasi kegiatan kami di sekolah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, S. F., & Hatammimi, J. (2024). Perancangan strategi promosi yang terintegrasi dengan metode design thinking pada UMKM Pesona Hijab. *e-Proceeding of Management*, 11(5), 5050–5057.
- Audrey, A. W., Murfiyana, Y. A., Muzaki, A., & Anjarsari, R. (2023). Peran guru bimbingan dan konseling dalam mendukung karir siswa SMK N 3 Metro melalui program BMW. *PANDU: Jurnal Pendidikan Anak dan Pendidikan Umum*, 1(4), 225–233. <https://doi.org/10.59966/pandu.v1i4.654>
- Baltes, L. P. (2015). Content marketing—the fundamental tool of digital marketing. *Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series V: Economic Sciences*, 8(2), 111–118.
- Da Silva, D. J. C., Stertz, E. D. S., Portella, A. G., Gomes, C. F. S., Moreira, M. Â. L., & dos Santos, M. (2023). Social media platform for digital marketing: An analysis using CRITIC-GRA-3N method. *Procedia Computer Science*, 221, 169–176. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.07.024>

- Darmawan, B., Dwiyantri, V., Okitasari, H., Rahman, A. Z., & Sadida, H. M. (2021). Lentera karya edukasi penguatan penyiapan kompetensi lulusan SMK teknik logistik yang dibutuhkan industri logistik. *Lentera*, 1(2), 61–69. <https://doi.org/10.17509/lentera.v1i2.35943>
- Dimitrios, B., Ioannis, R., Ntalakos, A., & Nikolaos, T. (2023). Digital marketing: The case of digital marketing strategies on luxurious hotels. *Procedia Computer Science*, 219, 688–696. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.01.340>
- Howard, D., Mangold, W. G., & Johnston, T. (2014). Managing your social campaign strategy using Facebook, Twitter, Instagram, YouTube & Pinterest: An interview with Dana Howard, social media marketing manager. *Business Horizons*, 57(5), 657–665. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.05.001>
- Karim, A., Nasution, M. B. K., & Suryadi, S. (2022). Pelatihan digital marketing dalam meningkatkan kompetensi siswa SMK Negeri 1 Rantauprapat. *Journal of Social Responsibility Projects by Higher Education Forum*, 3(2). <https://doi.org/10.47065/jrespro.v3i2.2759>
- Kasvi, M. D., Purwana, D., & Febriantina, S. (2024). Ekspektasi pendapatan, pendidikan kewirausahaan, dan motivasi terhadap minat berwirausaha siswa SMKN. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 7(2), 166–175.
- Keke, M. E. (2022). The use of digital marketing in information transport in social media: The example of Turkish companies. *Transportation Research Procedia*, 63, 2579–2588. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2022.06.297>
- Pahmi, M. A., Wilarso, & Imtihan, M. (2025). Perancangan infografis terkait produktivitas industri di Kabupaten Bogor. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 6(1), 30–39. <https://doi.org/10.37373/bemas.v6i1.1498>
- Supriyanto, D. (2023). Peningkatan jiwa entrepreneurship bagi siswa SMK Mambaul Ulum Sukodadi Paiton Kab. Probolinggo. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 946–952. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.12704>
- Suwarni, E., Astuti, M., Fernando, Y., & Enjelya, M. (2022). Membangun karakter entrepreneur bagi siswa SMK Al-Hikmah, Kalirejo, Lampung Tengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(5), 517–522.
- Trivedi, S., & Malik, R. (2021). Social media marketing as new marketing tool. In *Big Data Analytics for Improved Accuracy, Efficiency, and Decision Making in Digital Marketing* (pp. 207–226). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-7231-3.ch015>
- Wijaya, M. B. R., Suwahyo, S., Kurniawan, A., Kurniawan, M., Nugroho, A. Y., & Satyawiguna, T. (2023). Application of competency test materials standard motorcycle business techniques with SKKNI level II scheme standards for excellent and competitive vocational high school graduates. In *Proceedings of the 4th Vocational Education International Conference (VEIC 2022)* (pp. 33–45). Atlantis Press SARL. [https://doi.org/10.2991/978-2-494069-47-3\\_6](https://doi.org/10.2991/978-2-494069-47-3_6)