

# STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PEMASARAN MELALUI PLATFORM MEDIA SOSIAL DI KELURAHAN SUNGAI BARU KEC. BANJARMASIN TENGAH

Amelia Puspita<sup>1</sup>, M. Agus Humaidi<sup>2</sup>, Devia Hetty Hernany<sup>3</sup>, Annisa Yunisa Wulandari<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjary Banjarmasin

e-mail: ameliameles24@gmail.com

## Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sungai Baru, Banjarmasin, melalui penguasaan teknologi digital. Program ini mencakup pelatihan tentang pemanfaatan media platform untuk pemasaran, pembuatan konten kreatif, dan penggunaan aplikasi pengeditan gratis. Metode pelaksanaan meliputi pre-test untuk mengukur pengetahuan awal peserta, penyampaian materi secara teoritis, praktik langsung, serta post-test untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Hasil menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan peserta mengenai media platform, kemampuan menggunakan aplikasi pengeditan, serta kepercayaan diri dalam mencoba teknologi baru. Namun, beberapa hambatan ditemukan, seperti rendahnya tingkat pendidikan peserta, pengetahuan terbatas tentang teknologi, dan keterbatasan finansial. Meskipun demikian, antusiasme dan partisipasi aktif peserta selama pelatihan menunjukkan potensi besar dalam penerapan teknologi digital untuk pemasaran. Untuk mencapai hasil yang lebih optimal, diperlukan dukungan berkelanjutan dan kerjasama dengan pihak terkait agar peningkatan kualitas pemasaran dan kesejahteraan ekonomi masyarakat dapat terwujud secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Pengabdian Masyarakat, UMKM, Teknologi Digital, Pemasaran, Sungai Baru, Banjarmasin.

## Abstract

This community service activity aims to improve the marketing quality of UMKM products in Sungai Baru Village, Banjarmasin, through mastering digital technology. The program includes training on utilizing media platforms for marketing, creating creative content, and using free editing applications. The implementation methods consist of a pre-test to measure participants' initial knowledge, theoretical material delivery, hands-on practice, and a post-test to evaluate the improvement in participants' understanding and skills. The results indicate a significant increase in participants' knowledge of media platforms, their ability to use editing applications, and their confidence in trying new technology. However, several challenges were encountered, such as the low education level of participants, limited knowledge of technology, and financial constraints. Nonetheless, the enthusiasm and active participation of the participants during the training demonstrate the great potential for applying digital technology in marketing. To achieve more optimal results, continuous support and collaboration with relevant stakeholders are needed to sustainably improve marketing quality and economic welfare for the community.

**Keywords:** Community Service, UMKM, Digital Technology, Marketing, Sungai Baru, Banjarmasin.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini memudahkan masyarakat dalam mengakses kebutuhan sehari-hari. Namun, masyarakat yang tidak mengikuti perkembangan teknologi dapat mengalami kesulitan dalam mengakses informasi dan memenuhi kebutuhan dengan cepat, yang akhirnya mengurangi kesejahteraan mereka. Kesejahteraan masyarakat sangat bergantung pada kemampuan ekonomi yang perlu didukung oleh kerja sama antara pemerintah dan partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan. Di Kelurahan Sungai Baru, Banjarmasin, meskipun masyarakat memiliki potensi besar dalam mengembangkan UMKM dan kerajinan tangan, mereka menghadapi kendala pemasaran akibat masih bergantung pada metode tradisional dan kurangnya pemahaman teknologi modern. Tingkat pendidikan yang terbatas juga membatasi adaptasi teknologi, khususnya bagi ibu rumah tangga yang menjadi pelaku UMKM. Menurut Simatupang (dalam Yuwono, 2001),

partisipasi aktif masyarakat dalam pembangunan diperlukan untuk mencapai kesejahteraan bersama, sedangkan menurut Suryono (2001), pembangunan memerlukan keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dan pemanfaatan hasilnya. Tujuan utama program di Kelurahan Sungai Baru adalah meningkatkan kemampuan masyarakat, terutama UMKM, dalam memanfaatkan teknologi melalui edukasi dan pelatihan berkelanjutan, sehingga mereka dapat mengoptimalkan pemasaran melalui platform digital. Melalui penerapan teori motivasi dari Surya Brata (dalam Djaali, 2011), yang menekankan pentingnya dorongan dan pengetahuan untuk mencapai tujuan, program ini diharapkan dapat memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan dan kontribusi dalam pembangunan ekonomi daerah.

Berdasarkan narasi di atas, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menangani beberapa permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Kelurahan Sungai Baru, khususnya pelaku UMKM kreatif. Permasalahan tersebut adalah:

1. Keterbatasan dalam Memasarkan Produk
2. Kurangnya Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi
3. Peran Ibu Rumah Tangga sebagai Pelaku UMKM
4. Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan Digital
5. Keterbatasan Akses ke Pasar yang Lebih Luas

Prioritas permasalahan mitra pada Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah menumbuhkan atau membangun kesadaran masyarakat akan pentingnya memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat seperti banyaknya media sosial. Prioritas permasalahan mitra pada Pengabdian Kepada Masyarakat di Kelurahan Sungai Baru ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Kesadaran Masyarakat tentang Pentingnya Teknologi Informasi dan Komunikasi
2. Memperluas Jangkauan Pemasaran Produk UMKM
3. Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan Daerah
4. Memberikan Pelatihan dan Edukasi Berkelanjutan.

## METODE

Menurut Voorberg, Bekkers, dan Tummers (2015), co-creation dalam pengabdian masyarakat melibatkan masyarakat sebagai mitra aktif dalam merancang dan mengimplementasikan program. Dengan melibatkan masyarakat secara langsung, program dapat lebih relevan dengan kebutuhan lokal dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Berikut ini merupakan Tabel Metode Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Hari Rabu 17 April 2024.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No	Tahapan Kegiatan	Deskripsi	Waktu Pelaksanaan	Output
1	Pre-test	Mengukur pengetahuan awal peserta tentang pemasaran digital dan teknologi informasi.	08.00 WITA	Kuesioner pre-test
2	Pelaksanaan Acara	Penyampaian materi mengenai identifikasi masalah, pengolahan kata kreatif, pembuatan produk, slogan, desain, dan tips fotografi.	08.30 WITA Hingga Selesai	Materi pelatihan
3	Sesi Tanya Jawab	Diskusi antara peserta dan narasumber untuk menjelaskan materi lebih lanjut.	10.30 WITA	Klarifikasi materi
4	Rekomendasi Media Aplikasi	Menyediakan informasi tentang aplikasi media untuk pemasaran, serta cara membuat foto dan video menarik.	Setelah sesi tanya jawab	Rekomendasi aplikasi
5	Praktik Langsung	Pendampingan dalam pembuatan materi pemasaran seperti foto dan video menggunakan smartphone.	11.00 WITA	Materi pemasaran peserta
6	Post-test	Mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah pelatihan.	12.00 WITA	Kuesioner post-test

7	<b>Evaluasi dan Tindak Lanjut</b>	Menilai hasil aplikasi teori dan strategi, memberikan arahan untuk tindak lanjut.	12.30 WITA	Laporan evaluasi
8	<b>Pemberian Bingkisan dan Plakat</b>	Memberikan bingkisan sembako kepada peserta aktif dan plakat kepada pihak desa sebagai bentuk penghargaan.	13.00 WITA	Bingkisan dan plakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah awal Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Kelurahan Sungai Baru dimulai dengan kegiatan dilanjutkan dengan pre-test yang diberikan kepada 15 peserta untuk mengukur pengetahuan awal mereka tentang penggunaan media platform untuk pemasaran. Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih sangat terbatas dalam pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produk. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil Pre-Test dari 15 peserta pada kegiatan pengabdian masyarakat di Kelurahan Sungai Baru:

Tabel 2. Hasil Pre-Test

Aspek	Jumlah Peserta
<b>Pengetahuan tentang Media Platform</b>	
Mengetahui lebih dari dua media platform selain WhatsApp dan Facebook	3
Hanya menggunakan WhatsApp dan Facebook	12
<b>Pengetahuan tentang Konten Video</b>	
Tidak mengetahui cara membuat konten video yang menarik	10
<b>Penggunaan Aplikasi Pengeditan</b>	
Belum pernah menggunakan aplikasi pengeditan video atau foto	13
<b>Kesulitan Memahami Media Platform Baru</b>	
Merasa kesulitan memahami cara kerja media platform baru	11
<b>Kepercayaan Diri dalam Teknologi Baru</b>	
Kurang percaya diri dalam mencoba teknologi baru karena tingkat pendidikan rendah	14
<b>Penggunaan Strategi Pemasaran Online</b>	
Tidak pernah menggunakan strategi pemasaran online secara terencana (hanya memposting tanpa rencana dan caption)	15

Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta, yakni 80%, hanya memanfaatkan WhatsApp dan Facebook sebagai media pemasaran produk mereka. Sementara itu, 20% peserta mengetahui dan menggunakan lebih dari dua media platform selain WhatsApp dan Facebook. Hal ini mengindikasikan adanya kekurangan pemahaman mengenai potensi media platform lainnya yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran. Kendala utama yang diidentifikasi adalah usia peserta, yang sebagian besar adalah ibu-ibu, yang menghadapi kesulitan dalam memahami dan menggunakan media platform tambahan. Selain itu, tingkat pendidikan yang rendah berperan sebagai penghambat signifikan dalam mempelajari teknologi baru. Tingkat pendidikan yang rendah sering kali menyebabkan peserta kurang termotivasi untuk mempelajari hal-hal baru, meskipun saat ini terdapat berbagai arahan dan panduan yang mempermudah proses pembelajaran. Kebanyakan peserta hanya menggunakan satu atau dua media platform dalam memasarkan produk mereka. Padahal, ada berbagai cara kreatif yang dapat meningkatkan daya tarik produk, seperti pembuatan video mengenai cara pengolahan sasirangan yang dapat menjadi daya tarik tambahan bagi pelanggan. Selain itu, penggunaan aplikasi gratis untuk mengedit video, membuat slogan, atau merancang nama toko yang menarik merupakan strategi yang dapat diterapkan untuk memperbaiki promosi produk.

Setelah pre-test, tim pengabdian menyampaikan materi yang mencakup beberapa aspek penting. Berikut adalah beberapa poin penting dari pemaparan materi:

### Identifikasi Masalah dan Kendala

Sebagian besar pengrajin ketupat di Sungai Baru mengalami kesulitan dalam menjangkau pelanggan baru karena mereka hanya menggunakan cara pemasaran tradisional seperti mulut ke mulut dan brosur cetak. Masalah lain adalah kurangnya pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan

media sosial secara efektif. Untuk mengatasi masalah ini, tim pengabdian melakukan survei untuk mengidentifikasi masalah spesifik, seperti kurangnya pengetahuan tentang platform online dan tantangan dalam membuat konten yang menarik.

### **Pengolahan Kata yang Kreatif**

Misalnya, jika produk yang dipasarkan adalah ketupat, pengolahan kata kreatif bisa mencakup penamaan produk dengan nama yang unik dan menggugah selera, seperti "Ketupat Premium Sungai Baru" dan membuat deskripsi produk yang menggugah emosi, seperti "Rasakan cita rasa tradisi yang otentik dengan setiap gigitan Ketupat Premium Sungai Baru kami."

### **Pembuatan Produk dengan Ciri Khas**

Untuk membuat produk ketupat lebih menarik, pengrajin bisa menambahkan elemen desain khas seperti kemasan yang unik dan berbeda dari produk lain di pasaran. Misalnya, menggunakan kemasan yang bertuliskan cerita singkat tentang asal-usul ketupat mereka atau menambahkan stiker yang menggambarkan keunikan produk mereka.

### **Slogan dan Desain Produk**

Membuat slogan yang menarik seperti "Nikmati Ketupat Asli dengan Sentuhan Cinta" dan desain kemasan yang menarik menggunakan aplikasi Canva. Dengan Canva, peserta dapat memilih template desain yang sesuai dan menambahkan elemen visual seperti logo, warna yang mencerminkan identitas produk, dan font yang menarik.

### **Tips Fotografi dan Videografi Produk**

Untuk mengambil foto produk ketupat, peserta dapat menggunakan smartphone dengan teknik pencahayaan yang tepat. Misalnya, menggunakan cahaya alami dari jendela dan memotret produk di atas latar belakang putih atau bersih untuk menonjolkan detail ketupat. Video tutorial tentang proses pembuatan ketupat juga bisa ditangkap dengan smartphone untuk menunjukkan keahlian dan proses yang membuat produk tersebut istimewa.

### **Mengenal Media Komunikasi Pemasaran**

Selain WhatsApp dan Facebook, peserta bisa memanfaatkan platform seperti Instagram untuk memposting foto-foto menarik dari produk mereka, TikTok untuk video pendek yang menunjukkan cara pembuatan ketupat, shopee, tokopedia, dan Google My Business untuk membantu pelanggan menemukan lokasi penjualan mereka. Setiap platform memiliki cara yang berbeda dalam berinteraksi dengan audiens, jadi penting untuk memahami fitur dan audiens target masing-masing.

### **Pembuatan Timeline Penjualan Online**

Membuat jadwal posting di media sosial dengan menentukan kapan waktu terbaik untuk memposting konten. Misalnya, posting foto ketupat pada pagi hari untuk menjangkau pelanggan yang mencari sarapan atau menjelang sore untuk menjangkau pelanggan yang mencari makanan untuk malam hari. Mengidentifikasi waktu-waktu puncak engagement dan menyesuaikan konten dengan tren atau acara musiman juga bisa meningkatkan visibilitas produk.

### **Peningkatan Motivasi**

Meningkatkan motivasi masyarakat agar terus konsisten melakukan pemasaran baik secara langsung maupun melalui media online. Kemudian juga memberikan motivasi di akhir pelatihan untuk membagikan testimoni sukses dari pengrajin yang telah berhasil meningkatkan penjualan mereka melalui teknik yang diajarkan. Memberikan dorongan dan contoh nyata bahwa belajar dan beradaptasi dengan teknologi baru dapat membawa perubahan positif dalam usaha mereka, serta memberikan dorongan dengan memberikan sertifikat atau penghargaan kecil sebagai pengakuan atas usaha mereka dalam mengikuti pelatihan.

Berikut adalah Dokumentasi pada saat dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat:



Gambar 1. Pemaparan Materi

Selanjutnya, pada sesi tanya jawab, peserta diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi secara langsung dengan narasumber. Sesi ini dirancang untuk mengidentifikasi dan mengatasi kesulitan yang dihadapi peserta dalam memanfaatkan teknologi untuk pemasaran. Selama sesi, peserta secara aktif mengungkapkan berbagai kendala yang mereka hadapi, dengan pertanyaan yang sering diajukan mencakup penggunaan aplikasi pengeditan video, pembuatan konten yang menarik, serta strategi untuk meningkatkan engagement di media sosial. Berikut merupakan Dokumentasi sesi tanya jawab:

Setelah sesi tanya jawab, kegiatan dilanjutkan dengan praktik langsung mengenai penerapan aplikasi untuk pembuatan foto dan video produk yang menarik menggunakan smartphone. Tim pengabdian melaksanakan pelatihan teknik fotografi yang mencakup pengaturan pencahayaan yang optimal untuk meningkatkan kualitas visual foto produk. Peserta diajarkan teknik pencahayaan seperti penggunaan cahaya alami dan tambahan untuk menghindari bayangan keras, serta penempatan produk pada latar belakang yang bersih. Selain itu, peserta diberikan bimbingan tentang penggunaan aplikasi pengeditan foto dan video gratis, seperti Canva dan InShot, yang memungkinkan mereka untuk melakukan pemotongan, penyesuaian warna, dan penambahan elemen desain. Bimbingan ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan mereka dalam menciptakan konten visual yang menarik, profesional, dan efektif dalam pemasaran produk.

Berikut dokumentasi pada saat mempraktekan bagaimana teknik pengambilan photo produk yang menarik dan penerapan menggunakan aplikasi gratis.



Gambar 2. Teknik Pengambilan Photo dan Penggunaan Aplikasi Edit Photo/Video.

Kegiatan ini diakhiri dengan sesi pemberian pelat dan sembako sebagai bentuk apresiasi kepada peserta. Pelat diberikan kepada peserta yang menunjukkan komitmen dan prestasi terbaik selama pelatihan, sebagai pengakuan atas dedikasi dan usaha mereka. Pemberian ini bertujuan untuk memotivasi peserta agar terus berinovasi dan menerapkan ilmu yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari. Sembako juga diserahkan sebagai dukungan tambahan untuk kebutuhan sehari-hari peserta dan mendorong partisipasi lebih lanjut dalam kegiatan serupa. Ini merupakan bentuk tanggung jawab sosial tim pengabdian serta tanda kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat Kelurahan Sungai Baru. Berikut dokumentasi pemberian pelat, dan pemberian sembako kepada 3 masyarakat yang dipilih karena dapat mempraktekan secara langsung dan cepat.

Kemudian yang terakhir sesi Dokumentasi bersama dan saat pelaksanaan kegiatan sebagai berikut;



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan

Capaian Pelaksanaan yang dilakukan yaitu dengan dilakukannya post-test untuk mengevaluasi sejauh mana peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi untuk pemasaran produk. Hasil post-test menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan dengan hasil pre-test. Berikut adalah hasil post-test yang diperoleh:

**Pengetahuan tentang Media Platform**

10 peserta mengetahui lebih dari dua media platform untuk pemasaran selain WhatsApp dan Facebook. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah memperluas pengetahuan mereka mengenai berbagai platform media yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran.

**Penggunaan Aplikasi Pengeditan**

8 peserta mulai menggunakan aplikasi pengeditan video atau foto. Peningkatan ini menunjukkan bahwa peserta telah memulai penggunaan alat-alat pengeditan yang sebelumnya tidak mereka manfaatkan, yang merupakan langkah penting dalam menciptakan konten visual yang menarik.

**Kepercayaan Diri dalam Teknologi Baru**

12 peserta merasa lebih percaya diri dalam mencoba teknologi baru. Peningkatan kepercayaan diri ini mencerminkan efek positif dari pelatihan, yang membantu peserta merasa lebih nyaman dalam mengadopsi teknologi baru.

**Pembuatan Konten Video**

9 peserta berhasil membuat konten video yang menarik. Angka ini menunjukkan kemajuan dalam keterampilan pembuatan konten video, yang merupakan salah satu fokus utama dari pelatihan.

**Pemahaman tentang Media Platform Baru**

13 peserta memahami cara kerja media platform baru. Peningkatan pemahaman ini menunjukkan bahwa peserta kini lebih siap untuk memanfaatkan berbagai media platform untuk pemasaran produk mereka.

**Motivasi untuk Terus Belajar**

11 peserta merasa termotivasi untuk terus belajar dan meningkatkan kemampuan mereka. Motivasi yang meningkat ini menunjukkan bahwa pelatihan telah berhasil membangkitkan semangat peserta untuk terus belajar dan menerapkan keterampilan baru yang mereka peroleh.

Berikut adalah tabel yang menggambarkan hasil post-test untuk enam aspek yang telah disebutkan:

Tabel 3. Hasil Post-Test

No.	Aspek Peningkatan	Jumlah Peserta
1	Mengetahui lebih dari dua media platform selain WhatsApp dan Facebook	10
2	Mulai menggunakan aplikasi pengeditan video atau foto	8
3	Merasa lebih percaya diri dalam mencoba teknologi baru	12
4	Berhasil membuat konten video yang menarik	9
5	Memahami cara kerja media platform baru	13
6	Merasa termotivasi untuk terus belajar dan meningkatkan kemampuan	11

Dengan penerapan metode pelaksanaan yang sistematis ini, diharapkan masyarakat Kelurahan Sungai Baru dapat lebih memahami dan memanfaatkan teknologi komunikasi dan informasi secara efektif. Hal ini diharapkan akan berkontribusi pada peningkatan kualitas pemasaran produk dan, pada akhirnya, kesejahteraan ekonomi yang lebih baik bagi masyarakat setempat. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian masyarakat di Kelurahan Sungai Baru menunjukkan hasil yang positif dan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta tentang pemasaran digital. Masyarakat menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap pelatihan ini, dengan keterlibatan aktif selama sesi dan penerimaan yang baik terhadap materi yang disampaikan. Dukungan dan komitmen peserta mencerminkan potensi besar untuk penerapan teknologi dalam pemasaran produk mereka. Namun, untuk mencapai hasil yang lebih optimal, diperlukan penyuluhan lebih lanjut dan kerjasama berkelanjutan dengan pihak terkait. Dengan semangat dan antusiasme yang ditunjukkan, masyarakat Kelurahan Sungai Baru siap untuk terus mengembangkan keterampilan mereka dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas pemasaran produk mereka.

Adapun Hambatan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Kelurahan Sungai Baru ini yaitu menghadapi beberapa hambatan yang mempengaruhi efektivitas dan hasil dari pelatihan. Berikut adalah beberapa hambatan utama yang diidentifikasi:

1. **Tingkat Pendidikan yang Rendah:** Sebagian besar peserta memiliki tingkat pendidikan yang rendah, yang berdampak pada pemahaman dan penerimaan materi teknologi. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam memahami konsep dan aplikasi teknologi yang diajarkan.
2. **Keterbatasan Pengetahuan Teknologi:** Peserta awalnya hanya memiliki pengetahuan dasar mengenai media sosial dan teknologi digital, sehingga memerlukan waktu tambahan untuk memahami dan mengaplikasikan teknologi baru secara efektif.
3. **Kurangnya Pengalaman dengan Media Platform Baru:** Sebagian besar peserta belum pernah menggunakan berbagai media platform selain WhatsApp dan Facebook, yang menyulitkan mereka dalam memanfaatkan potensi platform lainnya untuk pemasaran.
4. **Motivasi yang Terbatas:** Tingkat motivasi peserta untuk belajar dan beradaptasi dengan teknologi baru sering kali rendah, sebagian besar dipengaruhi oleh kurangnya pemahaman tentang manfaat jangka panjang dari penggunaan teknologi dalam pemasaran.
5. **Sumber Daya Finansial:** Terbatasnya dana untuk pelatihan tambahan dan dukungan berkelanjutan menjadi tantangan, sehingga memerlukan kerjasama dengan pihak-pihak terkait untuk melanjutkan penyuluhan dan pelatihan lebih lanjut.

Meskipun menghadapi hambatan-hambatan ini, antusiasme peserta dan komitmen tim pengabdian menjadi faktor kunci dalam keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini. Selanjutnya, perlu dilakukan upaya untuk mengatasi hambatan tersebut agar pelatihan dan penyuluhan dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.

## SIMPULAN

Dari pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam pengetahuan peserta mengenai media platform, kemampuan menggunakan aplikasi pengeditan, serta kepercayaan diri dalam mencoba teknologi baru. Namun, beberapa hambatan ditemukan, seperti rendahnya tingkat pendidikan peserta, pengetahuan terbatas tentang teknologi, dan keterbatasan finansial. Meskipun demikian, antusiasme dan partisipasi aktif peserta selama pelatihan menunjukkan potensi besar dalam penerapan teknologi digital untuk pemasaran. Untuk mencapai hasil yang lebih optimal, diperlukan dukungan berkelanjutan dan kerjasama dengan pihak terkait agar peningkatan kualitas pemasaran dan kesejahteraan ekonomi masyarakat dapat terwujud secara berkelanjutan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah ikut berpartisipasi dan ikut andil dalam penelitian ini, terutama Prodi dan Kampus atau Universitas tercinta.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus,Suryono. 2001. Teori dan Isi Pembangunan. Malang: Universitas Negeri Malang. UM Press.  
Bell, D. (1979). Communication: Technology. Harvard Business Review, IXX, (3), 71-77.  
Djaali. (2012). Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.  
Dimiyati dan Mudjiono. 2006. Belajar dan Pembelajaran. Jakarta: PT Rineke Cipta

- Voorberg, W. H., Bekkers, V. J. J. M., & Tummers, L. G. (2015). A systematic review of co-creation and co-production: Embarking on the social innovation journey. *Public Management Review*, 17(9), 1333-1357.
- Yuwono, Teguh. 2001. *Manajemen Otonomi Daerah*, Pusat Kajian Otonomi Daerah dan Kebijakan Publik (Puskodak). Semarang: UNDIP Semarang.  
<https://sungaibaru.banjarmasinkota.go.id/>