Jurnal Masyarakat Madani Indonesia
e-ISSN: 2829-6702
https://syadani.onlinelibrary.id/

Peningkatan Literasi Digital Ibu PKK melalui Pelatihan Konten Kreatif Berbasis TikTok

Dasril Aldo[1], Affriza Brilyan Relo Pambudi Agus Putra[1], Javana Ufaira Dzaki[1], David Faizul Anwar[1], Niki Sinta Anggun Setyowati[1], Maylaffayza Fikri Firdausy[1], Naek Liberty Manik[1], Karina Suwandi[1], Eka Arum Setyowati[1]

[1]*Telkom University*

INFO ARTIKEL

Diserahkan: 10/04/2026
Direvisi: 05/05/2026
Diterima: 22/05/2025
Diterbitkan: 27/05/2026

***Kata Kunci*:**

Literasi Digital,
Tiktok,
Ibu PKK,
Konten Kreatif,
Pemberdayaan Masyarakat

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital ibu-ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) melalui pelatihan pembuatan konten kreatif berbasis TikTok di Desa Muntang. Latar belakang kegiatan ini didasarkan pada masih rendahnya kemampuan mitra dalam memanfaatkan media sosial secara produktif, meskipun sebagian besar peserta telah menggunakan telepon pintar dalam aktivitas sehari-hari. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat, mengedit, dan mempublikasikan konten digital yang bernilai edukatif maupun ekonomis. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan dilaksanakan menggunakan pendekatan community-based approach melalui metode workshop dan pendampingan langsung (learning by doing). Tahapan kegiatan meliputi persiapan, sosialisasi, pelatihan teknis, pendampingan praktik, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman peserta, dengan rata-rata nilai pre-test sebesar 36,4% meningkat menjadi 82,6% pada post-test. Selain itu, tingkat kepuasan peserta mencapai 90,4% dengan kategori sangat baik. Kegiatan ini juga mendorong perubahan sikap peserta dari pengguna pasif menjadi kreator aktif. Dengan demikian, pelatihan konten kreatif berbasis TikTok terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital ibu PKK dan berpotensi mendukung pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

Corresponding author email: dasrilaldo@telkomuniversity.com

Copyright@ Author (2026). Published by Alesha Media Digital. This is an open access article under the CC BY SA license. All writings published in this journal are personal views of the author and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang sosial, ekonomi, dan pendidikan. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi, hiburan, sekaligus media produktif [1], [2]. Platform seperti TikTok tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga telah berkembang menjadi media edukasi, promosi, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat [3], [4].

Namun demikian, tingkat literasi digital masyarakat, khususnya pada kelompok ibu rumah tangga yang tergabung dalam PKK, masih tergolong rendah [5], [6]. Banyak ibu PKK yang telah menggunakan smartphone, tetapi belum mampu memanfaatkan media sosial secara optimal untuk kegiatan yang produktif [7]. Berdasarkan hasil observasi awal di Desa Muntang, sebagian besar ibu PKK hanya menggunakan media sosial untuk komunikasi dasar dan konsumsi konten, belum sampai pada tahap produksi konten kreatif yang bernilai

ekonomis maupun edukatif.

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah ibu-ibu PKK di Desa Muntang yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan, baik dalam aspek kreativitas maupun pemberdayaan ekonomi keluarga. Namun, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat konten digital menjadi salah satu kendala utama. Selain itu, kurangnya pendampingan dan pelatihan praktis menyebabkan pemanfaatan teknologi digital belum optimal.

Permasalahan tersebut menjadi tantangan sekaligus peluang untuk dilakukan intervensi melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Salah satu solusi yang ditawarkan adalah pelatihan pembuatan konten kreatif berbasis TikTok. Pelatihan ini dirancang tidak hanya memberikan pemahaman teoritis mengenai literasi digital, tetapi juga keterampilan praktis dalam membuat, mengedit, dan mempublikasikan konten. Pendekatan ini sejalan dengan konsep literasi digital yang tidak hanya mencakup kemampuan mengakses informasi, tetapi juga kemampuan menciptakan dan mendistribusikan konten secara efektif [8].

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan media sosial dapat meningkatkan keterampilan digital dan membuka peluang ekonomi bagi masyarakat [9], [10]. Selain itu, pemanfaatan TikTok sebagai media promosi terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas produk dan kreativitas pengguna [11], [12]. Hal ini menunjukkan bahwa platform digital dapat menjadi sarana strategis dalam pemberdayaan masyarakat jika dimanfaatkan secara tepat.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital ibu PKK melalui pelatihan pembuatan konten kreatif berbasis TikTok. Diharapkan melalui kegiatan ini, ibu PKK tidak hanya menjadi pengguna aktif media sosial, tetapi juga mampu menjadi kreator konten yang produktif, kreatif, dan berdaya secara ekonomi. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam ekosistem digital serta mendukung pengembangan potensi lokal di Desa Muntang.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Community-Based Approach* yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan. Metode yang diterapkan berupa workshop dan pendampingan langsung (*learning by doing*), sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga keterampilan praktis dalam pembuatan konten digital berbasis TikTok. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di Desa Muntang pada tanggal 18 April 2026 dengan sasaran utama ibu-ibu PKK yang berjumlah 40 Peserta. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi beberapa langkah sebagai berikut:

1) Tahap Persiapan

Pada tahap ini dilakukan observasi awal dan identifikasi kebutuhan mitra melalui wawancara dan diskusi dengan perwakilan ibu PKK. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa mitra membutuhkan peningkatan keterampilan dalam pemanfaatan media sosial secara produktif.

2) Tahap Sosialisasi

Kegiatan diawali dengan pemberian materi mengenai pentingnya literasi digital, pemanfaatan media sosial secara bijak, serta potensi TikTok sebagai media kreatif dan ekonomi. Tahap ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan motivasi peserta.

3) Tahap Pelatihan (Workshop)

Peserta diberikan pelatihan teknis pembuatan konten TikTok, meliputi:

a. Pengenalan fitur dasar TikTok
b. Teknik pengambilan video (angle, lighting, durasi)
c. Penggunaan aplikasi editing sederhana
d. Penambahan musik, teks, dan efek
e. Strategi publikasi konten yang menarik

4) Tahap Pendampingan

Peserta melakukan praktik langsung pembuatan konten dengan pendampingan tim pelaksana. Pada tahap ini, peserta didorong untuk menghasilkan minimal satu konten video sederhana.

5) Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan, baik secara deskriptif maupun kualitatif.

2.1 Alat Ukur dan Indikator Keberhasilan

Keberhasilan kegiatan diukur menggunakan beberapa indikator sebagai berikut:

1) Aspek Pengetahuan (Kognitif), dengan alat ukur yakni *pre-test* dan *post-test* sederhana. Indikator keberhasilanya adalah peningkatan pemahaman peserta tentang literasi digital dan penggunaan TikTok.
2) Aspek Keterampilan (Psikomotorik), dengan alat ukur yakni observasi langsung saat praktik. Indikator keberhasilanya adalah kemampuan peserta dalam membuat dan mengedit konten video.
3) Aspek Sikap (Afektif), dengan alat ukur yakni wawancara dan angket respon peserta. Indikator keberhasilannya adalah perubahan sikap terhadap pemanfaatan media sosial (dari konsumtif menjadi produktif).
4) Aspek Sosial dan Ekonomi, dengan alat ukur, yakni diskusi dan monitoring hasil konten. Indikator keberhasilanya terdiri dari beberapa macam, diantaranya:
   a. Meningkatnya kepercayaan diri peserta
   b. Munculnya inisiatif untuk membuat konten lanjutan
   c. Potensi pemanfaatan tiktok untuk promosi produk lokal

2.2 Pengukuran Tingkat Ketercapaian

Tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan dianalisis secara deskriptif kualitatif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah pelatihan. Keberhasilan kegiatan ditandai dengan:

a. Meningkatnya pemahaman peserta terhadap literasi digital.
b. Peserta mampu menghasilkan konten TikTok secara mandiri.
c. Terjadinya perubahan sikap dari pengguna pasif menjadi kreator aktif.
d. Adanya potensi peningkatan aktivitas ekonomi melalui media digital.

3. HASIL & PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pelaksanaan Tahapan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan tiga unsur utama, yaitu tim pengabdian sebagai fasilitator, ibu-ibu PKK Desa Muntang sebagai peserta utama, serta perangkat desa sebagai pendukung kegiatan. Kolaborasi ini menjadi faktor penting dalam keberhasilan program karena adanya sinergi antara pihak

akademisi dan masyarakat dalam meningkatkan literasi digital.

1) Sosialisasi Literasi Digital dan Pemberdayaan Perempuan

Kegiatan diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya literasi digital di era modern. Materi yang disampaikan mencakup pemanfaatan media sosial secara bijak, peluang ekonomi digital, serta peran perempuan dalam pengembangan ekonomi keluarga melalui teknologi. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dengan aktif berdiskusi terkait pengalaman mereka dalam menggunakan media sosial.



Gambar 1. Penyampaian materi literasi digital kepada ibu PKK

2) Pelatihan Pembuatan Konten TikTok

Tahap selanjutnya adalah pelatihan teknis pembuatan konten kreatif berbasis TikTok. Peserta diberikan pemahaman mengenai: penggunaan fitur dasar TikTok, teknik pengambilan video sederhana, penggunaan efek, musik, teks dan strategi membuat konten menarik. Pelatihan dilakukan secara interaktif dengan pendekatan learning by doing, sehingga peserta dapat langsung mempraktikkan materi yang diberikan.



Gambar 2. Pelatihan pembuatan konten TikTok bersama ibu PKK

3) Pendampingan Praktik Pembuatan Konten

Pada tahap ini, peserta melakukan praktik langsung dengan pendampingan tim. Setiap peserta diarahkan untuk membuat minimal satu konten video sederhana, baik berupa aktivitas sehari-hari maupun promosi produk rumah tangga. Hasilnya, sebagian besar peserta mampu menghasilkan konten secara mandiri, meskipun dengan tingkat kompleksitas yang berbeda.



Gambar 3. Hasil video konten yang dibuat oleh peserta

4) Evaluasi dan Dokumentasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta, serta angket kepuasan untuk menilai efektivitas kegiatan. Selain itu, dokumentasi kegiatan dilakukan sebagai bukti luaran program.



Gambar 4. Foto bersama peserta dan tim pengabdian

3.2 Indikator Keberhasilan dan Tolak Ukur

Keberhasilan kegiatan diukur melalui beberapa aspek utama, yaitu pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Rata-rata nilai pre-test sebesar 36,4% meningkat menjadi 82,6% pada post-test, dengan rata-rata peningkatan sebesar 46,2%. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan efektif dalam meningkatkan literasi digital dan pemahaman peserta terhadap pembuatan konten berbasis TikTok.

Tabel 1. Hasil Perbandingan Pre-test dan Post-test Peserta

No	Indikator Penilaian	Pre-test (%)	Post-test (%)	Peningkatan (%)
1	Pemahaman literasi digital	45	85	40
2	Pengetahuan penggunaan TikTok	40	88	48
3	Pemahaman pembuatan konten	35	82	47
4	Pemahaman fitur editing video	30	80	50
5	Pemahaman strategi konten menarik	32	78	46
Rata-rata		36.4	82.6	46.2

Hasil angket kepuasan menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian memperoleh apresiasi yang sangat positif

dari peserta. Rata-rata tingkat kepuasan mencapai 90,4% dengan kategori "sangat baik". Aspek yang memperoleh nilai tertinggi adalah manfaat kegiatan dan kualitas pendampingan, yang menunjukkan bahwa program ini dirasakan langsung manfaatnya oleh peserta.

Tabel 2. Tingkat Kepuasan Peserta terhadap Kegiatan

No	Aspek Penilaian	Skor Rata-rata	Persentase (%)	Kategori
1	Kesesuaian materi pelatihan	3.6	90%	Sangat Baik
2	Penyampaian materi	3.5	88%	Sangat Baik
3	Kejelasan instruksi praktik	3.6	90%	Sangat Baik
4	Manfaat kegiatan	3.7	92%	Sangat Baik
5	Pendampingan tim	3.7	92%	Sangat Baik
Rata-rata		3.62	90.4%	Sangat Baik

Dari sisi keterampilan, sebagian besar peserta telah mampu: membuat video sederhana, menggunakan fitur editing dasar dan mengunggah konten secara mandiri. Dari sisi sosial, kegiatan ini juga mendorong peningkatan kepercayaan diri peserta serta perubahan perilaku dari pengguna pasif menjadi kreator aktif.

3.3 Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik (*learning by doing*) efektif dalam meningkatkan literasi digital masyarakat, khususnya pada kelompok ibu PKK. Pendekatan ini memungkinkan peserta untuk belajar secara langsung melalui pengalaman, sehingga pemahaman yang diperoleh menjadi lebih aplikatif dan mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini terlihat dari peningkatan kemampuan peserta dalam membuat dan mengunggah konten TikTok secara mandiri setelah mengikuti pelatihan.

Penggunaan platform TikTok sebagai media pelatihan juga menjadi faktor pendukung keberhasilan kegiatan. TikTok merupakan aplikasi yang relatif mudah digunakan dan telah dikenal oleh sebagian besar peserta, sehingga proses adaptasi teknologi menjadi lebih cepat. Selain itu, karakteristik TikTok yang berbasis audio-visual membuat proses pembelajaran menjadi lebih menarik dan interaktif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wusylko et al. (2024) yang menyatakan bahwa TikTok memiliki kapasitas yang kuat untuk mendukung pembelajaran literasi media melalui tingkat keterlibatan pengguna yang tinggi [13]. Temuan ini juga diperkuat oleh Larisu et al. (2025) yang menjelaskan bahwa media sosial seperti TikTok berpotensi menjadi platform edukasi yang efektif apabila didukung oleh desain konten yang menarik, kontekstual, dan partisipatif [14].

Kegiatan ini juga sejalan dengan konsep literasi digital yang tidak hanya menekankan kemampuan dalam mengakses informasi, tetapi juga mencakup kemampuan untuk menciptakan, mengevaluasi, dan mendistribusikan konten secara produktif. Dalam konteks ini, peserta tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga bertransformasi menjadi kreator konten yang aktif dan produktif. Hal ini sejalan dengan hasil kajian Tınmaz et al. (2022) yang menegaskan bahwa literasi digital mencakup dimensi digital competencies, digital skills, dan digital thinking, sehingga tidak terbatas pada akses informasi semata [15]. Selain itu, Lukitasari et al. (2022) menunjukkan bahwa literasi digital juga mencakup kemampuan mengomunikasikan konten digital, mengeksplorasi konten digital, serta menciptakan dan menggunakan konten digital [16].

Lebih lanjut, pendekatan berbasis komunitas (community-based approach) yang diterapkan dalam kegiatan ini terbukti mampu meningkatkan partisipasi dan keberhasilan program. Keterlibatan ibu-ibu PKK dalam suasana kelompok yang suportif mendorong terjadinya proses belajar yang kolaboratif. Hal ini sejalan dengan penelitian Kusumawardani dan Tristanti (2022) yang menyatakan bahwa pendekatan komunitas dalam pendidikan berbasis literasi digital dapat memicu perempuan untuk terus belajar, beradaptasi dengan perkembangan pemasaran digital, dan lebih aktif dalam proses pemberdayaan [17]. Dukungan lain juga terlihat

pada penelitian Nugroho et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan literasi digital yang dilaksanakan secara kolaboratif di komunitas desa mampu meningkatkan kepercayaan diri peserta, memperkuat kerja sama komunitas, serta mendukung keberlanjutan pemberdayaan ekonomi lokal [18].

Selain itu, hasil kegiatan ini juga menunjukkan adanya perubahan sikap peserta, dari pengguna media sosial yang pasif menjadi lebih aktif dan produktif. Perubahan ini penting dalam konteks pemberdayaan masyarakat, karena literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis, tetapi juga perubahan mindset dalam memanfaatkan teknologi untuk kegiatan yang bernilai tambah. Temuan ini didukung oleh penelitian Syafitri (2025) yang menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital berbasis komunitas mampu meningkatkan literasi digital, self-efficacy, performa pemasaran, serta memperluas jangkauan pasar dan penjualan usaha kecil [19]. Temuan serupa juga diperlihatkan oleh Budiarto et al. (2024) yang melaporkan bahwa pelatihan digital pada masyarakat desa meningkatkan kemampuan penggunaan media sosial dan e-commerce, sekaligus berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi lokal melalui pemasaran digital produk desa [20].Dengan demikian, kegiatan pelatihan ini tidak hanya berhasil meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga membangun kesadaran dan kepercayaan diri dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemberdayaan. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi antara metode pelatihan yang tepat, pemilihan media yang relevan, serta pendekatan berbasis komunitas menjadi kunci keberhasilan dalam program pengabdian kepada masyarakat di era digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pelatihan pembuatan konten kreatif berbasis TikTok telah berhasil meningkatkan literasi digital ibu-ibu PKK di Desa Muntang. Hal ini ditunjukkan dari hasil evaluasi kegiatan yang menunjukkan rata-rata tingkat kepuasan peserta sebesar 90,4% dengan kategori sangat baik. Nilai tersebut menjadi dasar bahwa kegiatan pelatihan memperoleh tanggapan positif dan memberikan manfaat nyata bagi peserta, khususnya dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan penggunaan media sosial. Sebelum kegiatan, peserta cenderung menggunakan media sosial secara pasif, sedangkan setelah kegiatan peserta mulai mampu memanfaatkan TikTok secara lebih produktif sebagai sarana pembuatan dan publikasi konten.

Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga mendorong perubahan sikap peserta menjadi lebih percaya diri dan aktif dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan yang bernilai edukatif maupun ekonomis. Keunggulan kegiatan ini terletak pada metode pelatihan berbasis praktik (learning by doing) yang efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta, serta penggunaan platform TikTok yang relevan dan mudah diakses oleh masyarakat. Namun demikian, kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan, seperti perbedaan kemampuan awal peserta, keterbatasan waktu pelatihan, serta kendala teknis berupa perangkat dan jaringan internet yang belum merata.

Secara keseluruhan, berdasarkan hasil evaluasi dengan tingkat kepuasan sebesar 90,4%, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan sikap peserta dalam memanfaatkan teknologi digital. Ke depan, kegiatan ini berpeluang dikembangkan melalui pelatihan lanjutan, pendampingan berkelanjutan, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi produk lokal guna mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Telkom University atas dukungan pendanaan dan fasilitasi sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah

Desa Muntang yang telah memberikan izin serta dukungan selama pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada ibu-ibu PKK Desa Muntang sebagai mitra kegiatan yang telah berpartisipasi secara aktif dan antusias dalam seluruh rangkaian pelatihan. Apresiasi juga diberikan kepada seluruh tim pengabdian yang telah bekerja sama dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan sehingga program ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

[1] A. Anuashok, V. Gupta, T. Tyagi, T. Agarwal, R. Reddy, and Akash Rout, "A Study on the Impact of Social Media on Modern Communication," *Int. J. Multidiscip. Res.*, vol. 6, no. 2, p. 15980, Apr. 2024, doi: 10.36948/ijfmr.2024.v06i02.15980.

[2] V. Bhatiasevi, "The uses and gratifications of social media and their impact on social relationships and psychological well-being," *Front. Psychiatry*, vol. 15, p. 1260565, Mar. 2024, doi: 10.3389/fpsyt.2024.1260565.

[3] H. Sirait, Hendratmoko, R. A. Basuki, R. A. Djubair, G. T. Hardipura, and E. Endri, "Exploring the Diffusion of Digital Technologies in Higher Education Entrepreneurship: The Impact of the Utilization of AI and TikTok on Student Entrepreneurial Knowledge, Experience, and Business Performance," *Adm. Sci.*, vol. 15, no. 7, p. 285, Jul. 2025, doi: 10.3390/admsci15070285.

[4] K. H. Sari, A. Supriadi, and M. A. Rakhman, "The Influence of Using Tiktok Application on the Establishment of Student Entrepreneurial Spirit," *J. Teknol. Pendidik. J. Penelit. Dan Pengemb. Pembelajaran*, vol. 9, no. 1, p. 110, Jan. 2024, doi: 10.33394/jtp.v9i1.10065.

[5] Rony Kriswibowo *et al.*, "Optimalisasi Branding Produk UMKM Ibu-ibu PKK Desa Simogirang melalui Pemanfaatan Media Sosial dan Teknologi Internet," *Transform. Masy. J. Inov. Sos. Dan Pengabdi.*, vol. 2, no. 3, pp. 238–247, Jul. 2025, doi: 10.62383/transformasi.v2i3.1911.

[6] L. S. Noor, T. W. Hendratni, S. Lysandra, A. Hermawati, A. Irvie, and W. Shalihah, "Literasi Digital bagi Kelompok Usaha Nelayan dan Ibu Ibu PKK untuk Peningkatan Kapasitas Usaha di Desa Sungai Buntu, Karawang," *Ranah Res. J. Multidiscip. Res. Dev.*, vol. 7, no. 5, pp. 3437–3442, Jun. 2025, doi: 10.38035/rrj.v7i5.1632.

[7] Moh Faidol Juddi and Agus Aprianti, "The Digital Literacy and Social Media Content-Making Training Program for SMEs and Housewives in the Hepi Bandung Community," *ABDIMAS J. Pengabdi. Masy.*, vol. 7, no. 1, pp. 390–397, Jan. 2024, doi: 10.35568/abdimas.v7i1.4447.

[8] G. Kiryakova and D. Kozhuharova, "The Digital Competences Necessary for the Successful Pedagogical Practice of Teachers in the Digital Age," *Educ. Sci.*, vol. 14, no. 5, p. 507, May 2024, doi: 10.3390/educsci14050507.

[9] I. Mahmud, A. Adam Rahmanto, R. Rohmani, and R. Yulinar, "Analysis of the Impact of Social Media in Entrepreneurship Learning and its Implications for Social Dynamics and Community Economic Empowerment," *Econ. Educ. Entrep. J.*, vol. 8, no. 1, pp. 24–29, Jun. 2025, doi: 10.23960/E3J/v8.i1.24-29.

[10] C. Nugroho, A. Wulandari, D. Maulana, N. Rina, and A. F. Kalaloi, "Digital communication and literacy for MSME empowerment: Evidence from a rural digital village in Indonesia," *Int. J. Innov. Res. Sci. Stud.*, vol. 8, no. 3, pp. 4523–4535, Jun. 2025, doi: 10.53894/ijirss.v8i3.7544.

[11] R. Brooks, R. Christidis, N. Carah, B. Kelly, F. Martino, and K. Backholer, "Turning users into 'unofficial brand ambassadors': marketing of unhealthy food and non-alcoholic beverages on TikTok," *BMJ Glob. Health*, vol. 7, no. 6, p. e009112, Jun. 2022, doi: 10.1136/bmjgh-2022-009112.

[12] A. S. Kurniawan, R. Fitriana, M. Vrisaliani, N. S. Adesti, and S. A. Rahmadhani, "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi," *J. Ilm. Raflesia Akunt.*, vol. 11, no. 1, pp. 200–209, Apr. 2025, doi: 10.53494/jira.v11i1.845.

[13] C. Wusylko *et al.*, "Using machine learning techniques to investigate learner engagement with TikTok media literacy campaigns," *J. Res. Technol. Educ.*, vol. 56, no. 1, pp. 72–93, Jan. 2024, doi: 10.1080/15391523.2023.2266518.

[14] Z. Larisu, A. S. Nasim, A. Y. Nugroho, and J. H. Raule, "The Utilization of Social Media As a Means of Public Education in Digital-Based PKM Programs," *Socious J.*, vol. 2, no. 2, pp. 11–23, Apr. 2025, doi: 10.62872/k9c23w02.

[15] H. Tinmaz, Y.-T. Lee, M. Fanea-Ivanovici, and H. Baber, "A systematic review on digital literacy," *Smart Learn. Environ.*, vol. 9, no. 1, p. 21, Dec. 2022, doi: 10.1186/s40561-022-00204-y.

[16] M. Lukitasari, W. Murtafiah, S. Ramdiah, R. Hasan, and A. Sukri, "Constructing Digital Literacy Instrument and its Effect on College Students' Learning Outcomes," *Int. J. Instr.*, vol. 15, no. 2, pp. 171–188, Apr. 2022, doi: 10.29333/iji.2022.15210a.

[17] E. Kusumawardani, T. Tristanti, and E. Kusumawardani, "Digital literacy model to empower women using community-based education approach," *World J. Educ. Technol. Curr. Issues*, vol. 14, no. 1, pp. 175–188, Jan. 2022, doi: 10.18844/wjet.v14i1.6714.

[18] C. Nugroho, A. Wulandari, D. Maulana, N. Rina, and A. F. Kalaloi, "Digital communication and literacy for MSME empowerment: Evidence from a rural digital village in Indonesia," *Int. J. Innov. Res. Sci. Stud.*, vol. 8, no. 3, pp. 4523–4535, Jun. 2025, doi: 10.53894/ijirss.v8i3.7544.

[19] E. Syafitri, "Community Empowerment through Digital Marketing Skills Development for Small Enterprises," *Assoeltan Indones. J. Community Res. Engagem.*, vol. 3, no. 03, pp. 113–123, Sep. 2025, doi: 10.70610/assoeltan.v3i03.1013.

[20] B. W. Budiarto, S. Karyadi, W. Wasiran, R. Pratiwi, and D. Irwan, "Improving Digital Literacy of Village Communities in Indonesia through Information Technology-Based Community Service Programs," *Unram J. Community Serv.*, vol. 5, no. 3, pp. 267–271, Sep. 2024, doi: 10.29303/ujcs.v5i3.716.