Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
e-ISSN 2620-5513, p-ISSN 2620-5505, Vol. 9, No. 1, April 2026, hal. 28-35
http://ejournal.usd.ac.id/index.php/ABDIMAS
Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta

PELATIHAN *DIGITAL MARKETING* MELALUI APLIKASI TIKTOK UNTUK PELAJAR DI DESA ROGOSELO, KABUPATEN PEKALONGAN

Imam Prayogo Pujiono[1*], Moh. Sugeng Solehuddin[2], Arditya Prayogi[3], Nur Azizah[4], Nurul Hikmah Sofyan[5], Dicky Anggriawan Nugroho[6]
[1,6]Program Studi Informatika, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
[2,3,4]Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
[5]Program Studi Hukum Keluarga Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
*email korespondensi: imam.prayogopujiono@uingusdur.ac.id
https://doi.org/10.24071/aa.v9i1.32
dikirimkan 27 Oktober 2025; diterima 5 Maret 2026

Abstract

The development of information and communication technology in the digital era has made social media platforms like TikTok an effective tool for product marketing. However, in Rogoselo Village, Pekalongan Regency, this potential has not been optimally utilized due to three main problems: low digital literacy among students, limited access to digital marketing information, and the absence of training programs that guide the use of TikTok for productive purposes. Therefore, this community service activity was designed to improve students' understanding and skills in utilizing TikTok as a digital marketing tool to promote local potential. The training was conducted using a combination of presentation and practical methods. Presentation was used to convey theoretical material, while the practical method was used to practice creating TikTok content to promote the participants' products. The training results showed a significant increase in skills: out of 18 participants, the number who answered "Yes" increased by about 10 on average (ranging from 10 to 11 across the five evaluation items), indicating improved understanding and ability to use TikTok for digital marketing purposes. Challenges in the training, such as limited internet access, were overcome by providing portable hotspots. The conclusion of this activity confirmed that the training successfully improved participants' digital literacy and technical skills and opened up opportunities for developing a digital-based creative economy in Rogoselo Village.

Keywords: digital literacy, digital marketing, TikTok, training

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pemasaran (Zain et al., 2023). Salah satu *platform* yang semakin populer sebagai alat pemasaran digital adalah aplikasi TikTok (Aditya & Rusdianto, 2023). TikTok, yang awalnya dikenal sebagai *platform* hiburan, kini telah berkembang menjadi media yang efektif untuk mempromosikan produk, jasa, dan bahkan ide-ide kreatif (Priyono & Sari, 2023). Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, pemanfaatan TikTok sebagai alat *digital marketing* dapat menjadi solusi untuk meningkatkan potensi ekonomi, terutama bagi generasi muda di pedesaan (Saripah et al., 2023).

Desa Rogoselo, yang terletak di Kabupaten Pekalongan, memiliki potensi sumber daya manusia yang besar, khususnya di kalangan pemuda. Namun, berdasarkan observasi awal, ditemukan bahwa literasi digital di kalangan pemuda di desa ini masih terbatas. Banyak dari mereka belum memahami cara memanfaatkan media sosial seperti TikTok untuk tujuan produktif seperti pemasaran digital/*digital marketing*. Keterbatasan ini menjadi salah satu faktor yang menghambat perkembangan ekonomi kreatif di desa tersebut.

Desa Rogoselo juga dikenal sebagai salah satu penghasil durian di wilayah Kabupaten Pekalongan (Andriani, 2021). Durian dari desa ini memiliki kualitas yang baik, dengan cita rasa manis dan tekstur daging yang lembut. Namun, potensi ini belum dimaksimalkan secara optimal karena kurangnya akses pasar dan strategi pemasaran yang modern. Para petani dan pelaku usaha di desa ini masih bergantung pada metode pemasaran konvensional, seperti menjual hasil panen langsung di pasar tradisional, di pinggir jalan, atau

This work is licensed under CC BY-SA.
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

menunggu pembeli datang ke desa. Metode ini tentu saja memiliki keterbatasan dalam hal jangkauan pasar dan efisiensi waktu.

Berdasarkan observasi awal dan wawancara dengan enam pelajar SMP/SMA di Desa Rogoselo pada tanggal 24 November 2024, Tim Pengabdian menemukan beberapa permasalahan, yaitu rendahnya literasi digital pemuda (khususnya pemahaman konsep dasar *digital marketing* dan pemanfaatan TikTok secara produktif), kurangnya akses informasi mengenai tren dan strategi pemasaran *online*, serta belum adanya pelatihan yang secara khusus membahas pemanfaatan TikTok untuk *digital marketing* di Desa Rogoselo. Melihat kondisi tersebut, Tim PKM yang terdiri dari empat orang dosen dan enam orang mahasiswa dari UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang sedang melaksanakan KKN di Desa Rogoselo, merancang kegiatan "Pelatihan *Digital Marketing* melalui Aplikasi TikTok untuk Pelajar di Desa Rogoselo Kabupaten Pekalongan". Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemuda desa terkait *digital marketing* dan pemanfaatan TikTok sebagai alat *digital marketing*. Dengan pelatihan ini, diharapkan para peserta dapat mengembangkan kreativitas mereka dalam membuat konten yang menarik sekaligus mempromosikan potensi lokal desa mereka atau produk dan jasa yang mereka miliki. Selain itu, pelatihan ini juga diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis digital di Desa Rogoselo, sehingga potensi lokal seperti durian unggulan dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat di luar desa.

Pelatihan ini sejalan dengan penelitian (Nufus & Handayani, 2022) yang menyatakan bahwa TikTok memiliki dampak positif dalam meningkatkan penjualan, terutama jika digunakan secara optimal dan konsisten sebagai bagian dari strategi promosi. Penelitian ini juga sejalan dengan temuan penelitian (Afiah et al., 2022) yang menyebutkan bahwa TikTok dapat digunakan untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan permintaan konsumen terhadap produk yang dipromosikan. Selain itu, hasil penelitian (Sinulingga et al., 2023) juga menunjukkan bahwa penggunaan TikTok secara konsisten dapat berdampak positif pada tingkat penjualan kuliner.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan "Pelatihan *Digital Marketing* melalui Aplikasi TikTok untuk Pelajar di Desa Rogoselo Kabupaten Pekalongan" dilaksanakan pada tanggal 18 Desember 2024 di Balai Desa Rogoselo, Kecamatan Doro, Kabupaten Pekalongan. Kegiatan ini diikuti oleh 18 pemuda yang merupakan pelajar dari Desa Rogoselo. Tim pelaksana kegiatan terdiri dari empat orang dosen dan enam orang mahasiswa dari UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang sedang melaksanakan KKN di Desa Rogoselo dan memiliki keahlian di bidang *digital marketing*, teknologi informasi, serta media sosial. Dokumentasi peserta pelatihan dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Foto Bersama Peserta Pelatihan

Perencanaan kegiatan dimulai pada tanggal 28 November 2024 dengan melakukan koordinasi antara tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dan pihak Pemerintah Desa Rogoselo. Koordinasi meliputi penentuan tanggal pelaksanaan, tempat, peserta, serta kebutuhan teknis lainnya. Proposal kegiatan disusun pada minggu pertama bulan Desember 2024 dan disetujui oleh kedua belah pihak pada awal bulan tersebut. Adapun jadwal kegiatan pada hari pelaksanaan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jadwal Kegiatan

Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab
08.00 - 08.30	*Registrasi* dan Pembukaan	Moh. Sugeng Solehuddin
08.30 - 08.45	*Pre-Test*	Nurul Hikmah Sofyan
08.45 - 10.00	Sesi Presentasi Materi	Imam Prayogo Pujiono
10.00 - 11.30	Sesi Praktikum dan Pendampingan	Imam Prayogo Pujiono
11.30 - 12.00	Sesi Diskusi dan Tanya Jawab	Arditya Prayogi
12.00 - 12.15	*Post-Test*	Nur Azizah
12.15 - 12.30	Penutupan dan Dokumentasi	Dicky Anggriawan

Pelatihan ini dirancang menggunakan kombinasi metode presentasi dan praktikum. Metode presentasi digunakan untuk menyampaikan materi secara teoritis kepada peserta dengan bantuan *slide* presentasi (Anggulian & Suneki, 2024; Pujiono et al., 2024a). *Slide* presentasi mencakup topik-topik seperti pengenalan TikTok sebagai *platform digital marketing*, strategi pembuatan konten, analisis audiens, optimasi video untuk meningkatkan *engagement*, hingga contoh konten viral terkait produk pertanian. Dokumentasi sesi presentasi materi dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Sesi Presentasi Pelatihan *Digital Marketing*

Metode praktikum dilakukan untuk memberikan kesempatan kepada peserta untuk langsung mempraktikkan pembuatan konten TikTok (Sulfiyah & Cahyaningsih, 2021; Pujiono et al., 2024b). Peserta diajarkan cara membuat video promosi yang menarik, mulai dari perencanaan ide, pengambilan gambar, hingga pengeditan sederhana menggunakan fitur-fitur yang tersedia di aplikasi TikTok. Salah satu fokus praktikum adalah pembuatan video promosi tentang durian Rogoselo, sehingga peserta dapat langsung mengaplikasikan ilmu yang didapat untuk mempromosikan produk lokal desa mereka. Pada sesi praktikum, peserta juga diberikan panduan tentang cara memanfaatkan fitur *TikTok Shop* untuk menjual produk secara *online*. Hal ini bertujuan untuk membekali peserta dengan keterampilan yang berguna untuk mendukung aktivitas ekonomi kreatif di desa. Dokumentasi sesi praktikum dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Sesi Praktikum Pembuatan Konten TikTok

Selain menggunakan metode presentasi dan praktikum, pelatihan ini juga memberikan sesi pendampingan dan diskusi. Sesi pendampingan dilakukan oleh mahasiswa pendamping yang bertugas membimbing peserta selama praktikum berlangsung. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan bantuan yang diperlukan, terutama bagi mereka yang belum terbiasa menggunakan aplikasi TikTok. Mahasiswa pendamping juga memberikan umpan balik langsung terkait kualitas konten yang dibuat oleh peserta, sehingga mereka dapat memperbaiki kekurangan secara langsung. Sedangkan, sesi diskusi dilakukan untuk membahas permasalahan yang dihadapi peserta selama praktikum, seperti kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi TikTok atau merancang strategi konten. Diskusi ini juga menjadi ajang untuk bertukar ide dan pengalaman antarpeserta, sehingga mereka dapat saling belajar satu sama lain. Dalam sesi diskusi, peserta juga diajak untuk berpikir kritis tentang etika dalam pemasaran digital, termasuk pentingnya menjaga keaslian konten dan menghindari plagiarisme (Pujiono et al., 2024c).

Untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan, peserta diminta mengisi kuesioner *pre-test* dan *post-test*. *Pre-test* dilakukan sebelum kegiatan dimulai untuk mengukur pemahaman awal peserta tentang *digital marketing* dan aplikasi TikTok. *Post-test* dilakukan setelah kegiatan selesai untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta (Pujiono et al., 2026). Data kuesioner dianalisis menggunakan teknik deskriptif kuantitatif dengan menabulasi jawaban (Ya/Tidak), menghitung frekuensi dan persentase pada setiap pertanyaan, serta membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test* (selisih frekuensi dan persentase) untuk melihat peningkatan setelah pelatihan. Dokumentasi kegiatan *pre-test* dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Peserta Mengisi Pertanyaan *Pre-Test*

Dengan kombinasi metode yang digunakan, pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang komprehensif kepada peserta tentang *digital marketing* melalui TikTok, serta memberikan pengalaman praktis yang dapat langsung diaplikasikan dalam kehidupan mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian telah berhasil dilaksanakan pada tanggal 18 Desember 2024 di Balai Desa Rogoselo, Kecamatan Doro, Kabupaten Pekalongan. Kegiatan ini diikuti oleh 18 pemuda yang merupakan pelajar dari Desa Rogoselo. Selama kegiatan berlangsung, berbagai materi dan praktik langsung diajarkan kepada peserta untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang *digital marketing* melalui TikTok. Berikut adalah pembahasan hasil kegiatan secara mendetail.

Materi yang Disampaikan

Materi pelatihan diawali dengan pengenalan TikTok sebagai *platform digital marketing*, termasuk fitur utama seperti efek video, *filter*, musik, dan *hashtag*. Selanjutnya, peserta mempelajari strategi pembuatan konten yang menarik dan relevan dengan target audiens. Dalam konteks potensi lokal, contoh praktik diarahkan pada promosi durian Rogoselo. Peserta juga dilatih menganalisis audiens dan *engagement* untuk menentukan penggunaan *hashtag*, memilih waktu unggah, dan mengevaluasi *performa* konten. Pada sesi teknis, fasilitator membimbing optimasi video melalui teknik pengambilan gambar, penyuntingan sederhana, serta penambahan teks atau musik agar video lebih komunikatif. Di akhir materi, dibahas etika pemasaran digital, seperti menghindari plagiarisme, menjaga keaslian konten, dan memastikan informasi produk yang disampaikan akurat.

Hasil *Pre-Test* dan *Post-Test*

Untuk mengukur efektivitas pelatihan, peserta diminta mengisi kuesioner *pre-test* dan *post-test*. *Pre-test* dilakukan sebelum kegiatan dimulai untuk mengukur pemahaman awal peserta tentang *digital marketing* dan aplikasi TikTok. *Post-test* dilakukan setelah kegiatan selesai untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Hasil kuesioner dapat dilihat pada Tabel 2 dan Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Kuesioner *Pre-Test*

Pertanyaan Kuesioner	Ya	Tidak
Apakah Anda memahami konsep dasar *digital marketing*?	4	14
Apakah Anda pernah menggunakan TikTok untuk promosi?	3	15
Apakah Anda mampu membuat konten TikTok yang menarik?	1	17
Apakah Anda memahami cara analisis audiens TikTok?	1	17
Apakah Anda tahu cara optimasi video TikTok?	1	17

Tabel 3. Hasil Kuesioner *Post-Test*

Pertanyaan Kuesioner	Ya	Tidak
Apakah Anda memahami konsep dasar *digital marketing*?	14	4
Apakah Anda pernah menggunakan TikTok untuk promosi?	13	5
Apakah Anda mampu membuat konten TikTok yang menarik?	12	6
Apakah Anda memahami cara analisis audiens TikTok?	11	7
Apakah Anda tahu cara optimasi video TikTok?	11	7

Dari data pada Tabel 2 dan Tabel 3, terlihat peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai *digital marketing* dan pemanfaatan TikTok untuk *digital marketing*. Misalnya, pada pertanyaan "Apakah Anda memahami konsep dasar *digital marketing*?", awalnya hanya empat (4) peserta (22,22%) yang menyatakan memahami sebelum pelatihan. Namun, setelah pelatihan, jumlah tersebut meningkat menjadi 14 peserta (77,78%). Artinya, terdapat peningkatan sebanyak 10 peserta (55,56%) yang sebelumnya menyatakan tidak memahami menjadi memahami. Secara keseluruhan, dari lima pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner, terjadi peningkatan rata-rata sekitar 10 peserta (rentang 10-11 peserta / 56,67%) yang sebelumnya menyatakan tidak memahami menjadi memahami.

Faktor Pendukung dan Tantangan Pelatihan

Peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil mencapai tujuannya. Beberapa faktor pendukung dan tantangan dalam kegiatan ini antara lain:

Metode Penyampaian yang Efektif

Kombinasi metode presentasi dan praktikum, disertai sesi pendampingan dan diskusi, memungkinkan peserta memahami konsep secara teoretis sekaligus mempraktikkannya secara langsung. Hal ini sejalan dengan pembelajaran orang dewasa, di mana pengalaman langsung sangat penting (Sunardi & Suchyadi, 2020).

Materi yang Relevan dan Aplikatif

Materi yang disampaikan langsung berkaitan dengan potensi lokal desa, sehingga peserta dapat melihat manfaat praktis dari penerapan TikTok dalam promosi produk. Penggunaan aplikasi TikTok yang mudah diakses dan dipelajari juga memotivasi peserta untuk mencoba dan mengimplementasikannya.

Fasilitator yang Kompeten

Tim PKM yang terdiri dari dosen berpengalaman mampu menyampaikan materi dengan jelas dan menjawab pertanyaan peserta secara komprehensif. Pendampingan selama praktikum memastikan setiap peserta mendapatkan bantuan yang diperlukan.

Antusiasme Peserta

Seluruh peserta menunjukkan minat yang tinggi terhadap topik yang disampaikan. Hal ini terlihat dari keaktifan mereka dalam bertanya, berdiskusi, dan mencoba aplikasi yang diperkenalkan.

Tantangan Pelaksanaan

Tantangan yang dihadapi selama pelatihan antara lain keterbatasan akses internet di lokasi kegiatan serta sebagian peserta menggunakan *smartphone* dengan spesifikasi kurang memadai. Untuk mengatasi hal tersebut, tim PKM menyediakan *hotspot portable*, membagikan tips optimasi video agar tetap dapat diunggah meskipun koneksi lambat, serta meminjamkan *smartphone* kepada peserta yang membutuhkan.

Tanggapan Peserta

Tanggapan peserta pelatihan terhadap kegiatan ini secara keseluruhan adalah sangat positif. Hal ini dapat dilihat dari hasil observasi selama kegiatan berlangsung, serta umpan balik yang diberikan oleh peserta melalui sesi diskusi di akhir acara. Peserta menyampaikan apresiasi atas materi yang disampaikan, terutama karena relevansinya dengan potensi lokal desa mereka, seperti promosi durian unggulan Rogoselo. Peserta atas nama Khana Shabina menyatakan,

> *"Saya baru tahu kalau TikTok bisa digunakan untuk mempromosikan produk lokal seperti durian. Sekarang saya lebih percaya diri untuk membuat konten promosi sendiri."*

Pernyataan ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memberikan motivasi kepada peserta untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, peserta juga memberikan tanggapan positif terkait metode pelatihan yang digunakan. Peserta atas nama Asri Susanti menyebutkan,

> *"Sesi praktikum sangat bermanfaat karena kami bisa langsung mencoba apa yang diajarkan, dan ada pendampingan jika ada yang belum kami pahami."*

Namun, ada beberapa masukan dari peserta terkait tantangan yang dihadapi selama pelatihan. Beberapa peserta menyampaikan bahwa keterbatasan akses internet menjadi kendala dalam mengikuti sesi praktikum. Untuk mengatasi hal ini, peserta mengusulkan agar pelatihan serupa di masa mendatang dapat dilengkapi dengan fasilitas beberapa *hotspot* portabel.

Secara keseluruhan, tanggapan peserta pelatihan menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil menciptakan pengalaman belajar yang bermakna dan aplikatif. Antusiasme peserta dalam mengikuti setiap sesi pelatihan juga mencerminkan minat yang tinggi terhadap pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung aktivitas ekonomi kreatif di desa mereka.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan tim pengabdi berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan TikTok sebagai alat pemasaran digital. Hal ini terlihat dari hasil kuesioner *pre-test* dan *post-test* yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep *digital marketing* dan kemampuan praktis dalam membuat konten promosi untuk produk yang dimiliki. Dari total 18 peserta, terjadi peningkatan rata-rata sekitar 10 peserta (rentang 10-11 peserta) yang semula menyatakan tidak bisa, menjadi menyatakan bisa memahami *digital marketing* dan memanfaatkan TikTok untuk kegiatan pemasaran. Peningkatan ini membuktikan bahwa pelatihan berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan pemuda Desa Rogoselo terkait *digital marketing* dan pemanfaatan TikTok sebagai alat pemasaran digital. Selain itu, pelatihan tidak hanya berhasil meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknis peserta, tetapi juga dapat membuka peluang pengembangan ekonomi kreatif berbasis digital di Desa Rogoselo.

Saran

Berdasarkan temuan dan tantangan yang teridentifikasi selama pelaksanaan kegiatan, disarankan agar program serupa di masa mendatang dapat diperluas dengan beberapa pengembangan strategis. Pertama, perlu adanya keberlanjutan program dalam bentuk pendampingan jangka panjang dan pembentukan komunitas digital di kalangan pemuda untuk memastikan keterampilan yang telah diperoleh dapat terus diasah dan diimplementasikan secara konsisten. Kedua, mengingat kendala akses internet yang menjadi tantangan utama, direkomendasikan adanya kolaborasi lebih lanjut dengan pemerintah desa atau pihak ketiga untuk meningkatkan infrastruktur konektivitas internet di lokasi pelatihan, sehingga dapat mendukung kelancaran kegiatan praktikum secara optimal.

DAFTAR REFERENSI

Aditya, R., & Rusdianto, R. Y. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *2*(2), 96–102. https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386

Afiah, N., Hasan, M., Ratnah, S., & Arisah, N. (2022). Analisis pemanfaatan aplikasi TikTok dalam meningkatkan penjualan UMKM sektor kuliner di Kota Makassar. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, *8*(4), 1257–1266. https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1040

Andriani, U. (2021). Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap sewa menyewa pohon durian di Desa Rogoselo Kecamatan Doro Kabupaten Pekalongan. *El-Hisbah*, *1*(1).

Anggulian, M. M., & Suneki, S. (2024). Penggunaan metode presentasi untuk meningatkan keaktifan dan hasil belajar siswa dalam pembelajaran Pendidikan Pancasila Kelas XI TME 3. *Journal on Education*, *6*(3), 17446–17450. https://doi.org/10.31004/joe.v6i3.5674

Nufus, H., & Handayani, T. (2022). Strategi promosi dengan memanfaatkan media sosial TikTok dalam meningkatkan penjualan (Studi kasus pada TN Official Store). *Jurnal Emt Kita*, *6*(1), 21–34. https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483

Priyono, M. B., & Sari, D. P. (2023). Dampak aplikasi Tiktok dan Tiktok Shop terhadap UMKM di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *9*(17), 497–506. https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/4922

Pujiono, I. P., Prayogi, A., & Firdausi, M. I. (2024a). Workshop Google Gemini untuk membuat artikel dengan teknik SEO bagi anggota Koperasi Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. *Dharma Pengabdian Perguruan Tinggi (DEPATI)*, *4*(1), 45–53. https://doi.org/10.33019/depati.v4i1.5225

Pujiono, I. P., Prayogi, A., & Rohmah, S. (2024b). Pelatihan ChatGPT sebagai alat bantu belajar mandiri bagi pelajar di Desa Kandangserang, Kabupaten Pekalongan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEK*, *4*(2), 104–112. https://doi.org/10.53513/abdi.v4i2.9666

Pujiono, I. P., Prayogi, A., Nugroho, D. A., Shofian, R., & Fasya, A. A. (2026). Pelatihan penulisan artikel ilmiah pengabdian masyarakat bagi anggota UKM F Literasi Pendidikan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. *Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(2). https://doi.org/10.62870/komunitas:jpkm.v5i2.31804

Pujiono, I. P., Sopiah, S., Hikmah Sofyan, N., & Arifin, J. (2024c). Workshop Google Gemini untuk meningkatkan pengetahuan siswa-siswi di SMP Negeri 1 Kandangserang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Polmanbabel*, *4*(02), 129 – 135. https://ejournal.polman-babel.ac.id/index.php?journal=dulang&page=article&op=view&path%5B%5D=372

Saripah, Sari, M. N., & Mashita, J. (2023). Meningkatkan kreativitas dalam bentuk wadah potensi ekonomi melalui konten YouTube dan TikTok. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bangun Cipta, Rasa, & Karsa*, *2*(4), 124–130. https://doi.org/10.30998/pkmbatasa.v2i4.2212

Sinulingga, G., Setiawati, S., Furkonudin, F., Thantawi, A. M., Nurliyah, E. S., Lubis, A. L. P., Purnomo, P., Miharja, M., & Faizal, H. (2023). PkM pelatihan digital marketing dengan aplikasi TikTok serta optimalisasi live TikTok sebagai upaya peningkatan penjualan pada pelaku UMKM binaan Gemma Indonesia Raya. *IKRA-ITH ABDIMAS*, *6*(2), 199–208. https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-ABDIMAS/article/view/2907/

Sulfiyah, & Cahyaningsih, U. (2021). Pengaruh penggunaan metode praktikum terhadap prestasi belajar IPA siswa kelas IV sekolah dasar. *Seminar Nasional Pendidikan*, 271–275.

Sunardi, O., & Suchyadi, Y. (2020). Praktikum sebagai media kompetensi pedagogik guru sekolah dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran Guru Sekolah Dasar (JPPGuseda)*, *3*(2), 124–127. https://journal.unpak.ac.id/index.php/jppguseda/article/view/2737

Zain, I. Z., Fitriyani, I., & Karmeli, E. (2023). Dampak Pemanfaatan teknologi informasi dalam bidang pemasaran terhadap pendapatan UMKM Butik Khomita Sumbawa Besar. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, *11*(3), 386–396. https://doi.org/10.58406/jeb.v11i3.1371