



TRANSFORMASI KOMUNIKASI DIGITAL KELOMPOK TANI MELALUI WEBSITE DAN PELATIHAN KONTEN BERBASIS AI

Aprida Sihombing^{1*}, Joe Harrianto Setiawan², Andreas Humala³, Hazel Rizky Fauzia⁴, Raviolin Patricia⁵

LSPR Institute Communication and Business, Jakarta

email: aprida.ms@lspr.edu

ABSTRAK

Kelompok Wanita Tani (KWT) Gemas Implan di Kota Tangerang memiliki potensi dalam pengembangan pertanian berbasis komunitas, namun pemanfaatan media digital untuk dokumentasi, promosi, dan perluasan akses pasar masih terbatas akibat rendahnya literasi digital. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital melalui pengembangan website komunitas dan pelatihan penulisan konten berbasis kecerdasan buatan (AI). Kegiatan dilaksanakan pada Juli–November 2025 dengan melibatkan sekitar 20 peserta melalui pelatihan partisipatif, praktik langsung, dan pendampingan berkelanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mampu memproduksi dan mengelola konten digital secara mandiri serta memanfaatkan website sebagai media informasi dan promosi. Hal ini berdampak pada meningkatnya visibilitas komunitas, termasuk kunjungan dari institusi pendidikan, serta meningkatnya kepercayaan diri dalam penggunaan teknologi digital. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan digital berbasis praktik dapat mendukung pengembangan komunikasi dan promosi yang lebih berkelanjutan dalam komunitas.

Kata Kunci: literasi digital; website; kecerdasan buatan (AI); pemberdayaan masyarakat; kelompok wanita tani

ABSTRACT

The Women Farmers Group (KWT) Gemas Implan in Tangerang City has strong potential in community-based urban farming; however, its digital utilisation for documentation, promotion, and market expansion remains limited due to low digital literacy. This community service programme aims to enhance digital capacity through the development of a community website and AI-assisted content creation training. The programme was conducted from July to November 2025, involving approximately 20 members through participatory training, hands-on practice, and continuous mentoring. The results show that participants were able to independently produce and manage digital content and actively utilise the website as a medium for information dissemination and promotion. This led to increased community visibility, including visits from educational institutions, as well as improved confidence in using digital technology. These findings indicate that a practice-based digital empowerment approach can support the development of sustainable communication and promotion strategies within community-based organisations.

Keywords: *digital literacy; website; artificial intelligence (AI); community empowerment; women farmers group*

PENDAHULUAN

Perkembangan *urban farming* di kawasan perkotaan Indonesia kini tidak hanya berfungsi sebagai alternatif pemenuhan kebutuhan pangan, tetapi juga bertransformasi menjadi ruang pemberdayaan masyarakat yang strategis, khususnya bagi kelompok perempuan (Hidayat et al., 2022). Kelompok Wanita Tani (KWT) hadir sebagai aktor sentral dalam mengelola lahan sempit menjadi sumber produksi pangan sekaligus basis aktivitas ekonomi rumah tangga (Suminah et al., 2022). Dalam perspektif pemberdayaan, keberadaan KWT memiliki peran ganda: sebagai agen ketahanan pangan lokal dan sebagai motor penggerak ekonomi sosial perempuan yang adaptif terhadap krisis (Rachmawati, 2020).

Salah satu implementasi nyata dari gerakan ini terlihat pada KWT Gemas Implan di Kelurahan Gandasari, Kota Tangerang. Kelompok ini secara aktif mengoptimalkan lahan pekarangan terbatas menjadi area produktif untuk budidaya sayuran, tanaman obat, dan produk olahan yang memiliki nilai guna sekaligus nilai ekonomi. Optimalisasi lahan pekarangan tersebut terbukti mampu meningkatkan efisiensi pengeluaran rumah tangga sekaligus memperkuat kemandirian pangan komunitas, karena praktik *urban farming* berkontribusi terhadap peningkatan ketersediaan pangan mandiri dan ketahanan pangan keluarga (Murwani et al., 2022). Lebih jauh lagi, aktivitas ini membuka peluang ekonomi melalui komersialisasi hasil panen serta transformasi lokasi tani menjadi sarana edukasi bagi institusi pendidikan dan masyarakat umum (Marlina & Fadly, 2023).

Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi produksi dengan kapasitas komunikasi pemasaran yang dimiliki oleh komunitas. KWT Gemas Implan belum sepenuhnya didukung oleh strategi komunikasi digital yang memadai untuk mengoptimalkan potensi tersebut. Mayoritas interaksi masih terbatas pada aplikasi pesan instan dan media sosial personal tanpa adanya manajemen konten yang terstruktur dan berkelanjutan. Kondisi ini menyebabkan informasi yang disampaikan bersifat sporadis dan kurang terintegrasi. Fenomena ini umum terjadi pada usaha berbasis komunitas di Indonesia, di mana keterbatasan adopsi teknologi menjadi hambatan utama dalam menjangkau pasar yang lebih luas (W. Laura Hardilawati, 2020). Akibatnya, eksistensi dan produk komunitas menjadi kurang terlihat (*invisible*) di tengah ramainya ekosistem digital (Sari et al., 2022). Kondisi ini berdampak pada rendahnya visibilitas serta keterbatasan jangkauan promosi komunitas (Sari et al., 2022).

Rendahnya tingkat literasi digital menjadi akar dari persoalan tersebut. Literasi digital tidak sekadar dipahami sebagai kemampuan mengoperasikan gawai, melainkan juga mencakup kecakapan dalam mengakses, mengevaluasi, memproduksi, dan mendistribusikan informasi yang bernilai dalam ruang digital (Kurnia & Astuti, 2017). Tanpa kemampuan ini, komunitas akan mengalami kesulitan dalam membangun identitas digital (*digital identity*) yang kuat serta

kurang mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi strategis.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, khususnya integrasi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) dalam produksi konten, telah membuka peluang baru bagi kelompok non-profesional untuk berpartisipasi dalam ekosistem digital secara lebih inklusif. Teknologi ini memungkinkan proses pembuatan konten menjadi lebih efisien, terstruktur, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan (Chaffey & Chadwick-Ellis, 2019). Namun demikian, pemanfaatan AI di tingkat komunitas, khususnya pada kelompok petani, masih relatif terbatas. Hal ini disebabkan oleh rendahnya literasi digital serta anggapan bahwa teknologi tersebut sulit dan tidak relevan dengan aktivitas pertanian. Padahal, penggunaan AI sederhana memiliki potensi besar untuk membantu dalam penyusunan konten, dokumentasi kegiatan, serta pengembangan narasi pemasaran yang lebih menarik. Bahkan, pemanfaatan AI terbukti dapat meningkatkan efektivitas komunikasi digital dan mendukung promosi produk secara lebih luas (Nurhaida* et al., 2023).

Beberapa studi pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital mampu meningkatkan kapasitas komunikasi dan pemasaran komunitas secara signifikan. Pendampingan berbasis digital tidak hanya berfokus pada peningkatan kemampuan teknis, tetapi juga mendorong perubahan perilaku dalam mengelola informasi, menyusun pesan komunikasi, serta membangun jejaring yang lebih luas (Sari et al., 2022). Selain itu, adopsi digital marketing menjadi strategi penting bagi komunitas dan pelaku usaha dalam memperluas jangkauan pasar, terutama dalam menghadapi keterbatasan interaksi konvensional (W. L. Hardilawati, 2020). Perkembangan teknologi seperti kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) membuka peluang efisiensi dalam produksi konten, sehingga komunitas dapat menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif, terarah, dan adaptif terhadap kebutuhan audiens (Dwivedi et al., 2021). Oleh karena itu, pengenalan AI menjadi langkah penting dalam mendorong transformasi digital komunitas.

Melalui pemberdayaan berbasis komunitas, penguatan literasi digital dan pemanfaatan platform digital terbukti mampu meningkatkan kapasitas pemasaran komunitas serta memperluas jangkauan promosi produk (Desiani et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital dalam kegiatan komunitas tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga berperan dalam membangun kemandirian dan keberlanjutan program.

Dalam konteks komunikasi strategis, kemampuan mengelola website dan konten digital menjadi aspek yang sangat krusial dalam membangun kepercayaan publik (*brand trust*) sekaligus memperluas jejaring kemitraan yang berkelanjutan (Tjiptono, 2019). Website yang dikelola secara informatif dan konsisten terbukti berkorelasi positif dengan tingkat keterlibatan pengguna serta persepsi kredibilitas suatu organisasi di mata publik (Bouchra & Hasnaa, 2020). Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang tidak hanya berfokus pada pelatihan teknis, tetapi juga pada penguatan strategi komunikasi yang lebih terarah.

Program pengabdian ini dirancang dengan pendekatan partisipatif yang menempatkan mitra sebagai subjek utama dalam setiap tahapan kegiatan.

Pendekatan ini diwujudkan melalui dua strategi utama, yaitu pengembangan website komunitas sebagai media komunikasi serta sarana promosi produk hasil pertanian, dan pelatihan konten berbasis kecerdasan buatan (AI) untuk mendukung produksi informasi. Pengembangan website dipilih karena mampu menjadi pusat informasi yang terintegrasi, tidak hanya untuk mendokumentasikan kegiatan, tetapi juga memperkenalkan produk dan aktivitas komunitas kepada masyarakat yang lebih luas secara terbuka. Selain itu, website juga berfungsi sebagai media promosi edukasi pertanian, sehingga pengetahuan yang dimiliki komunitas dapat diakses oleh berbagai kalangan. Metode yang diterapkan adalah *learning by doing* dan pendampingan intensif, yang memungkinkan peserta belajar melalui praktik langsung serta beradaptasi secara bertahap sesuai dengan kebutuhan dan kapasitas mereka. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip pengembangan masyarakat yang menekankan pada keterlibatan aktif, peningkatan kapasitas, serta keberlanjutan program (Nasdian, 2014).

Melalui integrasi teknologi website sebagai etalase digital dan AI sebagai alat bantu produksi konten, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa media digital, tetapi juga membangun sistem komunikasi komunitas yang lebih terstruktur. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan digital yang adaptif dan replikatif bagi komunitas tani perkotaan lainnya.

METODE KEGIATAN

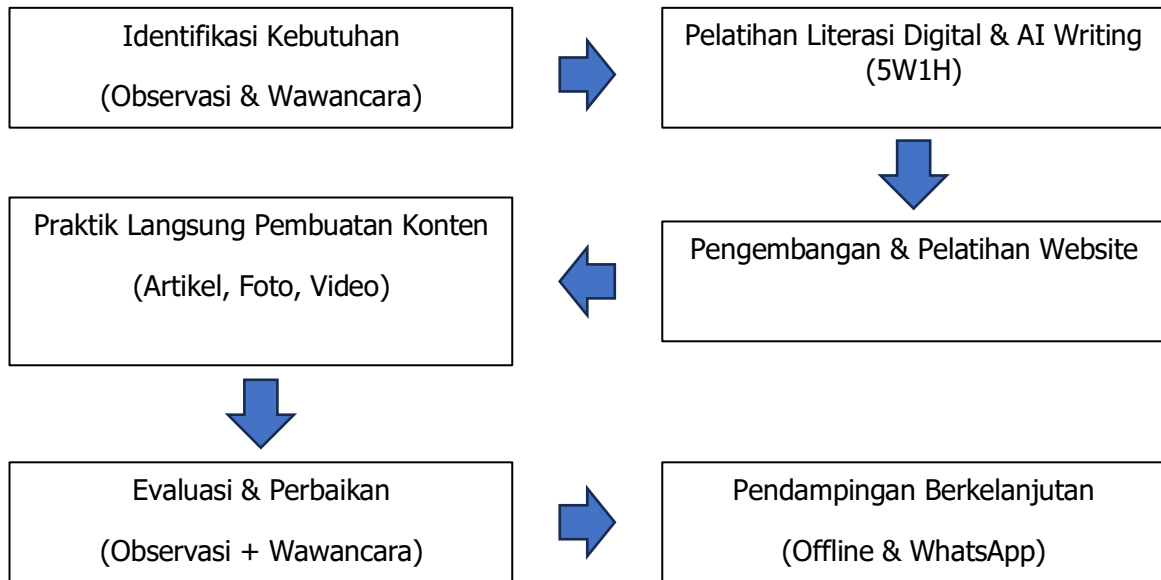
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *community development* berbasis partisipatif dengan metode *learning by doing* dan pendampingan intensif. Pendekatan ini dipilih agar anggota Kelompok Wanita Tani (KWT) tidak hanya menjadi penerima materi, tetapi terlibat langsung dalam seluruh proses kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga praktik penggunaan media digital. Kegiatan dilaksanakan pada Juli–November 2025 di KWT Gemas Implan, Kelurahan Gandasari, Kota Tangerang, dengan melibatkan sekitar 20 anggota aktif.

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara dengan pengurus KWT untuk mengidentifikasi kebutuhan utama komunitas, khususnya terkait keterbatasan dokumentasi kegiatan, promosi hasil pertanian, serta rendahnya pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi komunitas. Hasil identifikasi kemudian digunakan sebagai dasar penyusunan program pelatihan dan pendampingan.

Tahap berikutnya adalah pelatihan literasi digital dan pengembangan website komunitas sebagai media informasi, promosi, dan edukasi pertanian berbasis digital. Peserta juga memperoleh pelatihan penulisan konten berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) menggunakan pendekatan sederhana 5W1H agar lebih mudah diterapkan oleh peserta dengan latar belakang non-digital. Setelah pelatihan, peserta mengikuti praktik langsung pembuatan artikel, pengelolaan website, pengunggahan dokumentasi visual, serta produksi konten digital sederhana.

Pendampingan dilakukan secara berkelanjutan melalui pertemuan langsung

dan komunikasi melalui grup WhatsApp untuk membantu peserta dalam proses adaptasi penggunaan media digital. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk melihat perubahan kemampuan peserta dalam memproduksi konten digital, penggunaan website sebagai media komunikasi, serta dampak kegiatan terhadap promosi dan visibilitas komunitas.



Bagan 1. Kerangka Pemecahan Masalah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di KWT Gemas Implan menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan digital tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mengubah cara komunitas dalam memandang komunikasi, dokumentasi, dan promosi kegiatan mereka. Perubahan ini berlangsung secara bertahap, dimulai dari pengenalan teknologi hingga terbentuknya praktik digital yang mulai terintegrasi dalam aktivitas sehari-hari komunitas.

Peningkatan kapasitas digital menjadi salah satu capaian utama dari kegiatan ini. Sebelum program dilaksanakan, sebagian besar peserta belum terbiasa menulis atau mendokumentasikan kegiatan secara sistematis. Informasi umumnya hanya dibagikan melalui percakapan di aplikasi pesan instan tanpa adanya arsip digital yang dapat diakses kembali. Kondisi ini menyebabkan aktivitas komunitas belum terdokumentasi secara optimal sebagai bagian dari strategi komunikasi dan promosi.

Setelah mengikuti pelatihan penulisan berbasis kecerdasan buatan (AI) dengan pendekatan 5W1H, peserta mulai mampu menyusun artikel sederhana yang menggambarkan aktivitas mereka, seperti proses penanaman, panen, hingga kegiatan edukasi. Pemanfaatan AI membantu peserta dalam menuangkan ide dengan lebih mudah tanpa harus memiliki kemampuan menulis yang kompleks. Selain itu, peserta mulai menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menulis dan membagikan pengalaman mereka melalui media digital yang lebih

terstruktur.



Gambar 1. Pendampingan mahasiswa dalam pelatihan proses produksi konten digital

Selain itu, kegiatan juga mencakup pembuatan konten visual sebagai bagian dari penguatan komunikasi digital. Salah satu peserta menyampaikan bahwa mereka tidak menyangka dapat belajar membuat video sederhana, yang kemudian mendorong munculnya rasa lebih kreatif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Pengalaman ini memberikan perspektif baru bahwa media digital tidak hanya terbatas pada teks, tetapi juga visual yang lebih menarik dan komunikatif. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong perkembangan kepercayaan diri serta kreativitas peserta dalam memanfaatkan media digital secara lebih efektif.

Pengembangan website menjadi salah satu luaran utama dalam kegiatan ini yang sekaligus berfungsi sebagai media komunikasi digital komunitas. Sebelum adanya website, komunikasi lebih banyak dilakukan secara informal melalui percakapan langsung maupun aplikasi pesan instan, sehingga tidak terdokumentasi dengan baik dan sulit diakses kembali. Kondisi ini menyebabkan informasi sering kali tersebar secara terbatas dan tidak terarsipkan secara sistematis. Kehadiran website memungkinkan seluruh aktivitas komunitas didokumentasikan dan disampaikan secara lebih terstruktur, sehingga informasi dapat diakses oleh masyarakat secara lebih luas, konsisten, dan berkelanjutan.



Gambar 2. Tampilan halaman utama website KWT Gemas Implan sebagai media informasi dan promosi komunitas

Website yang telah dioperasikan memuat berbagai fitur seperti artikel kegiatan, galeri foto, serta integrasi WhatsApp untuk memudahkan komunikasi dengan masyarakat. Melalui fitur-fitur tersebut, peserta dapat memperkenalkan produk dan aktivitas mereka secara lebih sistematis sekaligus menjangkau khalayak yang lebih luas. Selain itu, keberadaan website juga membantu menciptakan alur informasi yang lebih rapi dan terorganisir dibandingkan dengan media komunikasi sebelumnya yang cenderung bersifat sementara.

Dalam praktiknya, pengelolaan website disesuaikan dengan kondisi lapangan. Misalnya, harga produk tidak dicantumkan secara tetap karena bergantung pada hasil panen, sehingga komunikasi lebih lanjut dilakukan melalui WhatsApp. Penggunaan dokumentasi asli dari kegiatan lapangan juga diprioritaskan untuk meningkatkan kepercayaan sekaligus memperkuat identitas komunitas di ruang digital.

Seiring dengan penggunaannya, website mulai berfungsi sebagai identitas digital komunitas yang tidak hanya menampilkan informasi kegiatan, tetapi juga mendokumentasikan berbagai pencapaian yang sebelumnya tidak tersimpan secara sistematis. Hal ini menunjukkan bahwa media digital dapat berperan sebagai sarana komunikasi sekaligus representasi komunitas secara berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Setelah website mulai dimanfaatkan secara aktif, terlihat adanya peningkatan visibilitas komunitas di masyarakat. Informasi mengenai kegiatan komunitas menjadi lebih mudah diakses oleh publik, sehingga menarik perhatian berbagai pihak yang sebelumnya belum mengenal aktivitas mereka. Kehadiran media digital ini memungkinkan penyebaran informasi berlangsung lebih luas dan tidak lagi terbatas pada komunikasi internal, tetapi juga menjangkau masyarakat umum secara lebih terbuka.

Salah satu dampak yang dirasakan adalah meningkatnya kunjungan dari institusi pendidikan, seperti sekolah TK dan SD, yang memanfaatkan lokasi komunitas sebagai tempat pembelajaran pertanian. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui media digital mampu menjangkau audiens baru sekaligus memperkuat fungsi edukatif komunitas sebagai ruang belajar berbasis praktik. Selain itu, interaksi dengan pengunjung juga memberikan pengalaman tambahan bagi anggota dalam menyampaikan pengetahuan secara langsung.



Gambar 3. Kegiatan kunjungan edukasi dari Taman Kanak Kanak

Di sisi lain, penggunaan website juga membuka peluang kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk potensi kemitraan dengan lingkungan usaha di sekitar wilayah Tangerang. Kondisi ini memperlihatkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai jembatan dalam membangun jejaring serta memperluas peluang pengembangan komunitas secara lebih berkelanjutan dan terarah.

Kegiatan yang dilakukan juga mendorong perubahan cara pandang anggota terhadap pemanfaatan teknologi digital. Sebelum kegiatan berlangsung, teknologi cenderung dipahami sebagai sesuatu yang sulit, rumit, dan kurang relevan dengan aktivitas bertani yang selama ini dilakukan secara konvensional. Namun setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, anggota mulai melihat teknologi sebagai alat yang dapat mendukung aktivitas mereka, khususnya dalam komunikasi, dokumentasi, dan promosi hasil kegiatan. Perubahan ini tidak terjadi secara instan, tetapi melalui proses pembelajaran bertahap yang menekankan praktik langsung serta interaksi intensif selama kegiatan berlangsung.

Perubahan tersebut juga tercermin dari pandangan pengurus yang mulai melihat media digital sebagai sarana untuk mendorong keterbukaan terhadap cara kerja yang lebih modern dan adaptif. Dalam proses ini, keterlibatan mahasiswa memiliki peran yang signifikan sebagai fasilitator sekaligus pendamping lapangan. Mahasiswa tidak hanya membantu dalam penyampaian materi, tetapi juga aktif mendampingi peserta dalam praktik pembuatan konten, pengelolaan website, serta penggunaan media digital sehari-hari. Interaksi yang terjalin menciptakan suasana belajar yang lebih interaktif, kolaboratif, dan komunikatif. Hal ini mendorong anggota, khususnya yang lebih muda, untuk lebih aktif dan kreatif dalam mengembangkan konten digital komunitas, sekaligus memperkuat proses pembelajaran berbasis praktik yang berkelanjutan.

Selama pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, antara lain rendahnya literasi digital awal, keterbatasan perangkat, serta kebiasaan dokumentasi yang belum terstruktur. Kondisi ini mempengaruhi proses adaptasi peserta dalam memanfaatkan media digital secara optimal, terutama pada tahap awal ketika peserta masih berusaha memahami penggunaan teknologi secara praktis. Selain itu, perbedaan tingkat kemampuan antar anggota juga menjadi faktor yang memerlukan pendekatan pembelajaran yang lebih fleksibel. Namun demikian, tantangan tersebut dapat diatasi melalui pendekatan pelatihan yang sederhana dan pendampingan yang dilakukan secara bertahap, sehingga peserta dapat belajar sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan mereka.

Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) turut membantu mempermudah proses penulisan konten, sementara pendampingan berkelanjutan memungkinkan peserta belajar secara langsung melalui praktik. Seiring berjalannya waktu, terlihat adanya perubahan dari pola komunikasi yang sebelumnya tidak terdokumentasi menjadi lebih terstruktur melalui penggunaan website dan konten digital yang mulai dikelola secara mandiri.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan terbentuknya pola implementasi pemberdayaan digital yang berlangsung secara bertahap, dimulai dari peningkatan literasi dasar, praktik langsung, hingga integrasi dalam sistem

komunikasi komunitas yang lebih berkelanjutan.

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Gemas Implan menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan berbasis praktik mampu meningkatkan kapasitas literasi digital sekaligus membantu membangun sistem komunikasi komunitas yang lebih terstruktur. Melalui pengembangan website yang telah digunakan secara aktif serta pelatihan penulisan konten berbasis kecerdasan buatan (AI), anggota KWT tidak hanya memperoleh keterampilan teknis, tetapi juga mulai mampu memproduksi dan mengelola konten secara mandiri dalam aktivitas sehari-hari. Proses ini berlangsung secara bertahap melalui pendekatan pembelajaran langsung yang memungkinkan peserta beradaptasi dengan teknologi sesuai dengan kebutuhan mereka.

Lebih dari sekadar menghasilkan website dan konten digital, kegiatan ini turut mendorong perubahan dalam cara komunitas mendokumentasikan, mempromosikan, dan merepresentasikan aktivitas mereka di ruang digital. Website dimanfaatkan sebagai media informasi, promosi, sekaligus edukasi yang mulai dikenal oleh masyarakat, termasuk institusi pendidikan yang memanfaatkan lokasi sebagai sarana pembelajaran. Selain itu, keberadaan media digital juga membantu meningkatkan keterbukaan informasi serta memperluas jangkauan komunikasi komunitas. Dampak yang dirasakan tidak hanya berupa meningkatnya kepercayaan diri anggota dalam menggunakan teknologi, tetapi juga terbukanya peluang jejaring, kolaborasi, dan pengembangan ekonomi berbasis komunitas yang lebih berkelanjutan.

Dari kegiatan yang telah dilakukan, terlihat bahwa pendekatan pemberdayaan digital yang sederhana, kontekstual, dan sesuai dengan kebutuhan mitra dapat menjadi langkah awal yang efektif untuk mendorong kemandirian komunitas. Pendekatan ini menunjukkan bahwa keberhasilan program tidak hanya bergantung pada teknologi yang digunakan, tetapi juga pada kesesuaian metode dengan kondisi sosial peserta. Oleh karena itu, model yang dikembangkan memiliki potensi untuk direplikasi sebagai bentuk pemberdayaan digital berbasis komunitas yang adaptif, khususnya bagi kelompok masyarakat dengan latar belakang non-digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) atas dukungan pendanaan melalui Program Pemberdayaan Masyarakat Pemula (PMP) sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada LSPR Institute of Communication and Business atas dukungan institusional serta keterlibatan dalam pelaksanaan program. Selain itu, apresiasi diberikan kepada Kelompok Wanita Tani (KWT) Gemas Implan atas partisipasi aktif, kerja sama, dan keterbukaan selama proses kegiatan berlangsung, sehingga program ini dapat berjalan secara efektif dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Bouchra, D., & Hasnaa, G. (2020). Content marketing and website users engagement: The impact of relevant content on the web on user engagement behaviors. *Periodicals of Engineering and Natural Sciences (PEN)*, 8(3), 1860–1872. <https://doi.org/10.21533/pen.v8.i3.1219>
- Chaffey, D., & Chadwick-Ellis, F. (2019). Chaffey, D., & Chadwick-Ellis, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson. In *Digital Marketing*.
- Desiani, A., Irmeilyana, I., Putri, A. I., Yuniar, E., Calista, N. A., Makhalli, S., & Amran, A. (2021). Pemanfaatan marketplace shopee sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran kain songket. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 4(2), 209. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v4i2.9222>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., Duan, Y., Dwivedi, R., Edwards, J., Eirug, A., Galanos, V., Ilavarasan, P. V., Janssen, M., Jones, P., Kar, A. K., Kizgin, H., Kronemann, B., Lal, B., Lucini, B., ... Williams, M. D. (2021). Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 57, 101994. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.08.002>
- Hardilawati, W. laura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Hidayat, N. K., Ismail, A., Hastuti, & Fitria Dewi Raswatie. (2022). Potensi dan Strategi Pengembangan Usaha Tani Perkotaan dalam Meningkatkan Akses Pangan yang Berkelanjutan di Kecamatan Gunung Putri, Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia*, 27(3), 385–396. <https://doi.org/10.18343/jipi.27.3.385>
- Kurnia, N., & Astuti, S. I. (2017). PETA GERAKAN LITERASI DIGITAL DI INDONESIA: STUDI TENTANG PELAKU, RAGAM KEGIATAN, KELOMPOK SASARAN DAN MITRA YANG DILAKUKAN OLEH JAPELIDI. *INFORMASI*, 47(2), 149. <https://doi.org/10.21831/informasi.v47i2.16079>
- Marlina, D., & Fadly, F. (2023). EDUKASI DAN DEMONSTRASI PEMBUATAN SABUN PENCUCI TANGAN ANTISEPTIK BERBAHAN KERTAS PADA KELOMPOK WANITA TANI DI KOTA PALEMBANG. *ABDIKEMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 58–63. <https://doi.org/10.36086/j.abdikemas.v5i1.1735>
- Murwani, I., Muslikah, S., & Mardiyani, S. A. (2022). Pengembangan Urban Farming untuk Ketahanan Pangan di Wilayah RW VI Kelurahan Jatimulyo Malang. *Cendekia : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 38. <https://doi.org/10.32503/cendekia.v4i1.2332>
- Nasdian, F. T. (2014). *Pengembangan masyarakat*. Pustaka Obor Indonesia.
- Nurhaida*, D., Amran, E., Nugraha, E. R., Osman, A. F. Bin, & Shafira, A. N. (2023). Utilizing Artificial Intelligence (AI) Technology to support MSMEs businesses:

- ChatGPT. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4), 910–918.
<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i4.15005>
- Rachmawati, R. (2020). *Urban Farming: Strategi ketahanan pangan keluarga perkotaan pada masa pandemi Covid-19*. Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian.
- Sari, N., Winiarti, S., & Ahdiani, U. (2022). Penguatan komunitas Aisyiyah melalui pendampingan pemasaran berbasis digital. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 221–229.
- Suminah, S., Anantanyu, S., & Padmaningrum, D. (2022). Empowering women farmer groups for food security: A strategy for sustainable agriculture. *Jurnal Penyuluhan*, 18(2), 235–246.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. ANDI.