

# Mengenal Lebih Dekat Potensi UMKM Lokal Kelurahan Bangsal, Kota Kediri Melalui Blog

**\*Vima Arlani Iftirosy, <sup>a</sup>Amelia Eka Prasasti, <sup>a</sup>Ahmad Dzaky Hafidz Musta'in,**

**<sup>a</sup>Inna Fatahna, <sup>a</sup>Annisa' Nur Kamilah, <sup>a</sup>Rizka Wahyu Noerlaily, <sup>a</sup>Nur**

**Alamsyah, <sup>a</sup>Bagus Maulana Ardi, <sup>a</sup>Ela Esti Susanti, <sup>a</sup>Elisa Tri Ammah A'fena,**

**<sup>a</sup>Muhammad Fuadi, <sup>a</sup>Septian Dwi Purwantoro, <sup>a</sup>Adisti Mutiara Early Harisky,**

**<sup>a</sup>Aprilia Dyah Puspita, <sup>a</sup>Yan Arie Strada Tuhehay, <sup>a</sup>Arie Nugroho**

*Universitas Nusantara PGRI Kediri*

**Abstrak**—Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong pemanfaatan blog sebagai media digital untuk menyebarkan informasi dan mempromosikan potensi lokal. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali serta mempromosikan potensi Kelurahan Bangsal melalui blog sebagai media pemasaran digital. Kegiatan ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, pelaksanaan program meliputi observasi, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa blog efektif dalam meningkatkan visibilitas dan jangkauan pemasaran UMKM lokal. Blog memberikan akses informasi mengenai potensi ekonomi dan budaya Kelurahan Bangsal, meningkatkan daya saing produk di pasar digital. Evaluasi program menunjukkan respons positif dari masyarakat dan pelaku usaha, yang merasa terbantu dengan promosi digital melalui blog. Pengelolaan dan pembaruan blog secara berkala serta pelatihan digital bagi UMKM menjadi kunci keberlanjutan program. Dengan strategi yang tepat, blog berpotensi menjadi sarana efektif dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal serta memperkuat identitas daerah di era digital.

**Kata Kunci**— blog, pemasaran digital, UMKM, kelurahan bangsal

**Abstract**—The development of information and communication technology encourages the use of blogs as digital media to disseminate information and promote local potential. This activity aims to explore and promote the potential of Bangsal Village through blogs as a digital marketing medium. Using qualitative methods with a descriptive approach, program implementation includes observation, preparation, implementation and evaluation. The research results show that blogs are effective in increasing the visibility and marketing reach of local MSMEs. The blog provides access to information regarding the economic and cultural potential of Bangsal Village, increasing product competitiveness in the digital market. Program evaluation shows a positive response from the public and business actors, who feel helped by digital promotion through blogs. Management and regular blog updates as well as digital training for MSMEs are the keys to program sustainability. With the right strategy, blogs have the potential to become an effective means of supporting local economic growth and strengthening regional identity in the digital era.

**Keywords**—blog, digital marketing, UMKM, Bangsal Village.

This is an open access article under the CC BY-SA License.




---

#### Corresponding Author:

Vima Arlani Iftirosy,  
Bimbingan dan Konseling,  
Universitas Nusantara PGRI Kediri,  
Email: [vimaarlani7@gmail.com](mailto:vimaarlani7@gmail.com)



## I. PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan zaman yang semakin pesat, kita dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi di era digital. Berbagai aplikasi yang telah dikembangkan semakin mempermudah manusia dalam menyelesaikan berbagai tugas dan aktivitas. Perkembangan teknologi informasi yang terus maju memberikan banyak manfaat dalam berbagai bidang. Salah satu contohnya adalah pembuatan catatan daring yang dapat diakses melalui situs *web*. Situs ini berisi tulisan, artikel, atau informasi yang diperbarui secara berkala dan dapat diakses oleh publik maupun secara pribadi, yang dikenal sebagai *weblog*. *Weblog* atau *blog* memiliki tujuan utama untuk menyajikan informasi terbaru, menjadi media promosi bagi organisasi, serta sebagai sarana berbagi pengetahuan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat juga menjadi salah satu indikator era globalisasi modern. Selain itu, *blog* juga dimanfaatkan sebagai alat pemasaran dengan memperkenalkan produk melalui *platform* digital (Rahmadjati dkk., 2023).

Internet memberikan akses terhadap berbagai informasi bagi masyarakat tanpa terikat oleh ruang dan waktu, sehingga memungkinkan kajian terhadap berbagai pengetahuan dan informasi dapat dilakukan dengan lebih fleksibel (Maharani, 2021). *Blog* berasal dari asal kata *web log*. Web artinya Internet, dan log artinya adalah catatan. Dengan kemampuannya dalam menyebarkan informasi secara cepat dan luas, *blog* menjadi salah satu *platform* yang efektif dalam distribusi pengetahuan di era digital. Sebagai bentuk catatan daring, *blog* memungkinkan individu maupun kelompok untuk berbagi berbagai jenis informasi, mulai dari pendapat, pengalaman pribadi, hingga kajian ilmiah yang dapat diakses oleh siapa saja.

*Blog* adalah teknologi yang memungkinkan pelajar untuk mengekspresikan diri secara kreatif, mudah ditemukan di mesin pencari seperti Google, serta bertanggung jawab atas kontennya (Krisdianto dkk., 2020). Dengan *blog*, tulisan mereka dapat lebih mudah diakses oleh pengguna internet yang membutuhkan informasi tersebut, sekaligus mendorong mereka untuk menjaga keaslian dan integritas tulisan yang dipublikasikan, sehingga dapat menghindari praktik pencatutan nama. Oleh karena itu, *blog* menjadi salah satu media yang efektif dalam menyebarkan informasi di era digital. Dengan kecepatan dan kemudahan akses yang dimilikinya, *blog* memungkinkan penyebaran informasi secara luas dalam waktu singkat, menjangkau pembaca tanpa terikat oleh batasan geografis maupun waktu. Selain itu, fitur interaktif seperti kolom komentar memberikan kesempatan bagi penulis dan pembaca untuk berkomunikasi, sehingga dapat memperdalam diskusi dan memperjelas informasi yang disampaikan.

Salah satu tujuan dari pemanfaatan *blog* adalah memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai pentingnya media digital dalam menyebarkan informasi. *Blog* juga memiliki peran dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang manfaatnya dalam

mendukung perkembangan UMKM dan potensi lokal. Selain itu, blog dapat menjadi sarana pelatihan bagi pelaku usaha kecil dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, blog memiliki peran dalam meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai manfaatnya dalam mendukung pertumbuhan UMKM serta pengembangan potensi lokal. Penggunaan teknologi informasi, termasuk blog, dapat membantu pelaku UMKM beradaptasi dengan perubahan zaman serta memperluas jangkauan usaha mereka melalui *platform* bisnis daring (Diansyah dkk., 2017).

Penyebaran informasi melalui blog memiliki banyak manfaat, contohnya untuk mengenali potensi yang ada di suatu wilayah. Salah satu wilayah di Kediri, yaitu Kelurahan Bangsal memiliki banyak potensi, akan tetapi masyarakatnya belum banyak yang mengenal apa itu blog dan manfaatnya. Sehingga banyak dari mereka masih merasa awam dan kurang pemahaman terkait penggunaan blog. Padahal dengan penggunaan yang tepat, blog berpotensi menjadi sumber informasi yang bermanfaat dan dapat dipercaya oleh masyarakat luas, khususnya dalam mendukung perkembangan UMKM dan potensi lokal di Kelurahan Bangsal, karena media sosial memungkinkan siapa saja yang berminat untuk ikut serta dengan berkontribusi, memberikan umpan balik secara terbuka, mengomentari, serta membagikan informasi dengan cepat dan tanpa batasan waktu (Fitriani, 2017).

Tujuan dan manfaat dari pembuatan blog adalah untuk mendukung UMKM utamanya untuk meningkatkan visibilitas bisnis, membangun branding yang kuat, serta menyediakan informasi yang edukatif bagi pelanggan. Melalui blog, UMKM dapat memanfaatkan strategi pemasaran digital agar lebih mudah ditemukan di mesin pencari, sekaligus membangun kepercayaan dengan konsumen melalui konten yang relevan dan menarik. Selain itu, blog juga memberikan manfaat dalam meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, serta membangun komunitas pelanggan yang loyal. Dengan biaya yang relatif rendah, blog dapat menjadi media promosi yang efektif, membantu UMKM bersaing di pasar digital, dan mendorong inovasi dalam pengembangan produk maupun layanan.

Penerapan blog sebagai distribusi informasi mengenai produk lokal di Kelurahan Bangsal adalah memb dapat dilakukan dengan lebih efisien dan efektif. Melalui berbagai *platform* digital, para pelaku UMKM memiliki kesempatan untuk mempromosikan produk mereka ke pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional. Selain itu, pemanfaatan media sosial, *marketplace*, serta *website* bisnis memungkinkan adanya interaksi yang lebih dekat dengan konsumen, sehingga mempermudah penyampaian informasi mengenai keunggulan produk, proses produksinya, hingga sertifikasi halal yang telah diperoleh. Dalam hal penyebaran informasi, transparansi dalam pemasaran digital menjadi aspek krusial yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Dalam pemasaran digital, etika tidak hanya berkaitan dengan kepatuhan

terhadap peraturan hukum, tetapi juga mencerminkan komitmen terhadap kejujuran dan integritas dalam berinteraksi dengan konsumen. Aspek ini berperan penting dalam mengurangi ketidakpastian serta risiko yang mungkin dirasakan oleh konsumen. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perusahaan yang menjadikan etika sebagai prioritas dalam pemasaran digital cenderung memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi dari konsumen (Sahabuddin dkk., 2024). Penyajian informasi yang detail mengenai bahan baku, tahapan produksi, serta keunggulan produk akan membantu konsumen dalam menentukan pilihan mereka. Selain itu, testimoni pelanggan dan ulasan produk turut berperan dalam membangun reputasi positif bagi UMKM. Oleh karena itu, dengan pemanfaatan teknologi digital secara maksimal, pelaku usaha dapat meningkatkan visibilitas serta kredibilitas produk mereka, sehingga mampu berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi lokal yang lebih berkembang dan memiliki daya saing tinggi.

## II. METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif yang menggambarkan suatu topik, peristiwa, atau kondisi secara akurat, termasuk pandangan dan perspektif terkait permasalahan yang dibahas. Pendekatan kualitatif yang berbasis metode deskriptif bertujuan untuk menyampaikan solusi terhadap permasalahan yang sedang terjadi dengan cara melakukan analisis, menyajikan temuan, serta menarik kesimpulan dari hasil kegiatan yang diperoleh.

Pembuatan Teknologi Informasi dengan pembuatan Weblog yang digagas oleh tim KKN ini dilaksanakan meliputi beberapa tahap berikut sebagai metode pelaksanaanya, yaitu pertama dengan tahap awal mencakup aktivitas observasi, pengkajian permasalahan, penentuan kebutuhan, serta penggalian informasi mengenai potensi dari Kelurahan Bangsal. Kegiatan ini dilaksanakan dengan cara mengunjungi lokasi secara langsung, mengambil dokumentasi, melakukan wawancara dengan tokoh masyarakat, serta berdiskusi dengan warga setempat untuk memahami potensi yang bisa diangkat dalam blog. Kedua, tahap persiapan tim KKN-T Kelompok 36 menyusun rencana sebagai langkah untuk memperkenalkan potensi Kelurahan Bangsal secara lebih luas. Dalam tahap ini, tim bekerja sama dengan pihak kelurahan dan warga setempat agar pembuatan blog ini dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi warga setempat.

Ketiga dengan tahap pelaksanaan menjadi tahap inti dari kegiatan pengabdian ini. Di tahap ini, tim akan memulai proses pembuatan blog melalui beberapa langkah, seperti memilih nama blog yang sesuai dengan tujuan program, menyusun artikel mengenai profil Kelurahan Bangsal dengan gaya bahasa deskriptif dan persuasif, serta mengunggah foto dan video yang informatif dan menarik secara visual untuk memikat pembaca. Dan tahap terakhir adalah tahap evaluasi adalah tahap akhir dalam pelaksanaan program KKN-T ini. Tim bekerja sama dengan

pihak kelurahan dan masyarakat melakukan penilaian terhadap blog yang telah dibuat, dengan tujuan untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan adalah benar, tidak ada unsur eksplorasi, dan sesuai dengan tujuan utama, yaitu memperkenalkan potensi Kelurahan Bangsal kepada masyarakat.

### **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Blog kini menjadi salah satu media komunikasi yang banyak diminati, dengan proses pembuatannya yang cukup mudah. Blog dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti menyampaikan gagasan, sebagai sarana komunikasi, serta untuk kepentingan bisnis. Program Pengabdian Masyarakat melalui KKN-T Kelompok 36 bertujuan untuk menggali dan mempromosikan potensi yang terdapat di Kelurahan Bangsal dengan memanfaatkan blog sebagai media berbasis teknologi informasi. Seiring dengan meningkatnya penggunaan internet dan *platform* digital, weblog menjadi salah satu metode yang efektif dalam menyebarkan informasi serta menarik perhatian masyarakat terhadap keunggulan suatu daerah. Tim KKN-T Kelompok 36 menyusun metode pelaksanaan yang terdiri dari beberapa tahap, yakni observasi, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Setiap tahapan disusun secara sistematis agar program yang dijalankan dapat memberikan manfaat optimal bagi masyarakat setempat (Mewu & Kusuma, 2023).

Pendekatan ini didukung oleh penelitian terbaru. Sebagai contoh, sebuah studi yang diterbitkan dalam *Abdimasku* mengungkapkan bahwa pembuatan serta pengelolaan blog dapat berperan efektif dalam mempromosikan potensi desa wisata. Blog resmi dapat digunakan untuk menampilkan berbagai aktivitas masyarakat dan menyajikan informasi yang lebih lengkap bagi pembaca.

Tim KKN-T yang melakukan observasi di Kelurahan Bangsal berhasil mengidentifikasi beberapa potensi unggulan, khususnya di sektor ekonomi dan budaya. Dalam aspek ekonomi, terdapat berbagai pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di beragam bidang, seperti kerajinan tangan, kuliner khas daerah, serta layanan kreatif lainnya. Meski demikian, banyak di antara mereka masih mengalami kendala dalam memperluas jangkauan pemasaran produk mereka. Penerapan strategi pemasaran yang tepat, seperti bauran pemasaran (*marketing mix*), berperan penting dalam meningkatkan daya saing serta volume penjualan UMKM (Yasmin dkk., 2024).

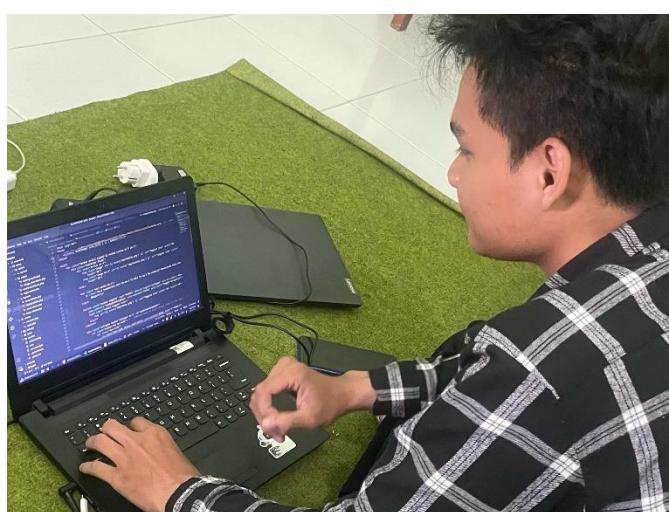
Setelah memperoleh informasi dari tahap observasi, tim KKN-T mengembangkan blog sebagai sarana promosi digital bagi Kelurahan Bangsal. Pada tahap persiapan, tim menentukan nama serta struktur blog yang dirancang dengan tampilan menarik dan navigasi yang mudah diakses oleh pengunjung. Pemilihan nama blog dilakukan secara cermat agar dapat

mencerminkan identitas Kelurahan Bangsal serta tujuan utama pembuatannya. Selain itu, tim juga menyusun rencana konten yang mencakup berbagai topik, seperti sejarah kelurahan, profil UMKM, dan artikel edukatif mengenai perkembangan daerah. Untuk memastikan keakuratan informasi yang akan dipublikasikan, tim melakukan koordinasi dengan perangkat kelurahan serta komunitas setempat guna memperoleh data yang lebih komprehensif.



**Gambar 1. OBSERVASI BERSAMA RW SETEMPAT.**

Pendekatan ini selaras dengan hasil pengamatan Oktaviani dkk. (2023) yang menyoroti pentingnya strategi pemasaran digital melalui blog guna meningkatkan visibilitas serta jangkauan pasar UMKM. Studi tersebut mengungkap bahwa blog dengan identitas merek yang kuat serta konten yang relevan dapat menjadi alat yang efektif dalam membantu UMKM memperluas pemasaran produk mereka



**Gambar 2. TAHAP PEMBUATAN BLOG.**

Tahap pelaksanaan program pengabdian ini merupakan inti dari keseluruhan kegiatan, di mana tim KKN-T memulai proses pembuatan weblog sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Prosedur pelaksanaan dimulai dengan pembuatan dan pengelolaan blog menggunakan *platform* yang *user-friendly*, dengan desain yang menarik dan informatif. Setiap halaman dan kategori dalam blog dirancang agar mudah dijelajahi oleh pengunjung. Konten digital yang dipublikasikan mencakup berbagai aspek kehidupan masyarakat di Kelurahan Bangsal, ditulis dengan gaya deskriptif dan persuasif untuk menarik minat pembaca. Beberapa konten utama meliputi sejarah dan profil Kelurahan Bangsal, keunggulan serta produk-produk unggulan dari UMKM setempat, dan wawancara eksklusif dengan pengusaha dan tokoh masyarakat. Untuk meningkatkan daya tarik, tim juga mengunggah berbagai foto dan video yang diambil langsung di lapangan, dirancang dengan konsep yang menarik dan edukatif untuk memberikan gambaran jelas tentang keindahan serta potensi Kelurahan Bangsal. Setelah blog selesai, promosi dilakukan melalui berbagai *platform* media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk mencapai audiens yang lebih luas.

Pendekatan ini sejalan dengan temuan dalam penelitian yang dipublikasikan dalam *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, yang menekankan pentingnya sosialisasi dan pelatihan pembuatan blog sebagai media pemasaran online bagi pelaku usaha UMKM. Studi tersebut menunjukkan bahwa pembuatan dan pengelolaan blog dapat secara efektif mempromosikan produk UMKM, dengan blog resmi yang mampu menampung berbagai informasi dan memberikan akses yang lebih luas kepada konsumen.(Sari & Prasetya, 2023)



**Gambar 3. VISUALISASI BLOG KKN-T.**

Evaluasi dilakukan untuk mengukur seberapa baik program berjalan serta untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui Weblog bisa memberikan nilai tambah yang nyata bagi masyarakat. Proses evaluasi meliputi umpan balik dari masyarakat adalah

masyarakat mengungkapkan bahwa blog bisa bermanfaat dalam mengenalkan Kelurahan Bangsal kepada khalayak umum. Beberapa pelaku usaha pun merasa terbantu oleh adanya promosi digital melalui blog. Partisipasi dari pihak kelurahan menyambut positif terhadap inisiatif ini dan menyatakan dedikasinya untuk terus memperbarui informasi dalam Weblog agar tetap relevan dan memberikan manfaat yang berkelanjutan. Analisis Jangkauan Blog dalam statistik pengunjung blog menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung seiring dengan promosi yang dilakukan. Menunjukkan bahwa blog berfungsi dengan baik sebagai sarana promosi digital. Pelatihan literasi digital berbasis blog juga dapat meningkatkan kompetensi digital masyarakat dalam mengelola blog dan media sosial (Saragih dkk., 2024). Dengan demikian, pemanfaatan blog sebagai media promosi digital tidak hanya efektif dalam meningkatkan visibilitas UMKM, tetapi juga berperan dalam pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan keterampilan digital.

#### **IV. KESIMPULAN**

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh KKN-T Kelompok 36 berperan dalam memperkenalkan potensi Kelurahan Bangsal melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya blog. Blog ini menjadi sarana bagi masyarakat untuk mengakses informasi terkait UMKM dan kebudayaan yang sebelumnya kurang dikenal. Melalui tahapan observasi, persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi, program ini berhasil mengemas potensi kelurahan ke dalam konten digital yang menarik dan persuasif. Selain berfungsi sebagai media informasi, blog ini juga menjadi alat promosi yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif dan sektor pariwisata. Keberhasilan program ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara mahasiswa, masyarakat, dan perangkat kelurahan dalam membangun sistem informasi digital yang berkelanjutan.

Agar program ini berdampak lebih luas dan berkelanjutan, diperlukan strategi pengelolaan yang konsisten, termasuk pembaruan konten secara berkala, pelatihan digital bagi UMKM dan generasi muda, serta kemitraan dengan lembaga terkait dan influencer lokal. Selain itu, pengembangan konten interaktif seperti video dokumenter, infografis, dan fitur e-commerce sederhana dapat meningkatkan daya tarik blog dalam mendukung pemasaran digital. Dengan strategi yang tepat, blog ini diharapkan mampu menjadi *platform* informasi yang efektif serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat Kelurahan Bangsal.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kelurahan Bangsal beserta seluruh perangkat dan masyarakat yang telah menerima serta mendukung kegiatan KKN Tematik ini dengan baik. Terima kasih juga kepada dosen pembimbing lapangan yang telah

memberikan arahan serta rekan-rekan mahasiswa yang bekerja sama dengan penuh dedikasi. Semoga hasil dari pengabdian ini bermanfaat bagi masyarakat dan menjadi pengalaman berharga bagi kami semua.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Diansyah, Risnal, Syahril Syahril, Aryanto Aryanto, Edo Arribe, and Doni Winarso. (2017). “*Penguatan UMKM Melalui Pelatihan Blog.*” Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri 1(2): 1–7. doi:10.37859/jpumri.v1i2.223.
- Fitriani. (2017). “*Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat.*” 19(2).
- Lenti Susana Saragih, Aurora Elise Putriku, Silvia Diva Sari, Yessi Novitasari Laia, and Yoga Syahputra. (2024). “*Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM Di Era 4.0.*” Jurnal Strategi Bisnis Teknologi 1(3): 63–72. doi:10.61132/jusbit.v1i3.174.
- Maharani, Dewi, Fauriatun Helmiah, and Nurul Rahmadani. (2021). “*Penyaluhan Manfaat Menggunakan Internet Dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19.*” Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika 1(1): 1–7. doi:10.25008/abdifomatika.v1i1.130.
- Marina Yetrin Sriyati Mewu, and Putu Sri Arta Jaya Kusuma. (2023). “*Upaya Digitalisasi Paguyuban Seni Karawitan ‘Sekar Arum’ Menggunakan Sosial Media Instagram Sebagai Sarana Promosi Kepada Kalangan Remaja Milenial.*” 6: 485–89.
- Oktaviani, Nadila, Utari Jasltia Putri, Febri Fridya Cliwani, Politeknik Negeri, Padang Program, Studi Administrasi Bisnis, and Jurusan Administrasi Niaga. (2023). “*Strategi Pengembangan Pemasaran Digital Menggunakan Blogger Pada UMKM Keripik Balado Chi-Cha Di Kota Padang.*” 01(02): 2023. doi:10.47233/jipm.v1i1.912.
- Rahmadjati, Ilham, Ulya Lubbi Thuba, Laelatul Apriliani, Ngismatul Izza, Dwi Pancarani Bunda, Ikomatul Lutfiah, Firna Istania, et al. (2023). “*Pemberdayaan Masyarakat Dengan Pembuatan Blog di Desa Sokawangi, Kecamatan Taman, Kabupaten Pemalang.*” Prosiding Kampelmas 2(2).
- Rizal krisdianto, and Septian Ditama. (2020). “*Pemanfaatan Media Blog/Weblog Sebagai Media Pembelajaran Media As A Learning Media And Learning Evaluation.*”
- Sahabuddin, Romansyah, Hery Maulana Arif, Winda Lestari, Elin Alviolin, and Muhammad Nur Dzaky. (2024). “*Transparansi Informasi Sebagai Mediator Dalam Hubungan Etika Pemasaran Digital Dan Kepercayaan Konsumen Di E-Commerce.*” 2(1). <https://malaqbipublisher.com/index.php/MAKSI>.
- Yasmin, Muhamad Adiala, Nindia Ellissa Agata, Anggi Nauli, and Rafael Valentino Mauboy. (2024). “*Literature Review: Marketing Strategy Marketing Mix for Local MSME.*” Jurnal Disrupsi Bisnis”. 7(2): 287–94. doi:10.32493/drdb.v7i2.35947.
- Yayak Kartika Sari, and Agung Prasetya. (2023). “*Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Blog Sebagai Media Pemasaran Online Pada Pelaku Usaha UMKM Kelurahan Plosokandang*”. 1: 2987–0135.