

Pelatihan *Storytelling* Animasi untuk Pembuatan Cerita dan Visualisasi Produk sebagai Dasar Pemasaran Digital Siswa SMK

Deuis Nur Astrida ^{a,1,*}, Ayesa Aglystia Firdauzi ^{a,2}, Azmi Al Farizi ^{a,3}, Whisnu Yudha Saputra ^{a,4}

^a Universitas Amikom Purwokerto, Jl. Letjend Pol. Soemarto No.127, Watumas, Purwanegara, Kec. Purwokerto Utara, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53127, Indonesia

¹ deuisnurastrida@gmail.com*; ² ayesaaglyst@gmail.com; ³ azmialfarizi16@gmail.com; ⁴ whisnusaputra30@gmail.com

* corresponding author: deuisnurastrida@gmail.com

ARTIKEL INFO

Article history

Received : 10-7-2024

Revised : 24-7-2024

Accepted : 24-7-2024

Keywords

Storytelling;

Animasi;

Digital;

Pemasaran

ABSTRAK

Kegiatan ini diselenggarakan untuk menyajikan rencana kegiatan pelatihan yang terstruktur dan komprehensif dalam bidang teknik *storytelling* animasi dan pemasaran digital bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Melalui pendekatan yang inovatif dan terukur, program ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan siswa dalam menghasilkan konten animasi yang menarik dan mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif. Kegiatan pelatihan ini dirancang untuk mencakup berbagai aspek pembelajaran, mulai dari pengantar konsep *storytelling* animasi hingga praktik pembuatan video animasi pendek, serta pengenalan konsep pemasaran digital dan strategi media sosial. Siswa akan dibekali dengan keterampilan teknis menggunakan perangkat lunak animasi dan konsep pemasaran online yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja yang terus berkembang. Melalui pelatihan ini, diharapkan siswa SMK akan memiliki kemampuan untuk menciptakan konten animasi berkualitas dan merancang strategi pemasaran digital yang efektif, serta memiliki keterampilan yang relevan dan berharga untuk masa depan yang semakin terhubung dan digital. Dengan menyelenggarakan pelatihan ini, kami berharap dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan keterampilan dan pengetahuan siswa SMK, sehingga mereka siap menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin kompleks dan beragam di era digital ini.

A. Pendahuluan

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) adalah batu loncatan penting bagi para siswa untuk memasuki dunia kerja yang kompetitif dan dinamis. Di tengah revolusi digital yang sedang berlangsung, penting bagi mereka untuk tidak hanya memiliki pemahaman yang kuat tentang teknologi, tetapi juga keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar kerja yang terus berubah. Namun, dalam mengejar transformasi ini, ada tantangan yang harus diatasi. Sekolah Menengah Kejuruan disini bertujuan menghasilkan lulusan yang memiliki pengetahuan, keterampilan dan siap kerja di bidangnya (Santika, 2023).

Analisis situasi dengan mitra kami mengungkapkan beberapa permasalahan krusial yang dihadapi oleh siswa dan sekolah mereka. Pertama-tama, terdapat kesenjangan yang signifikan dalam pemahaman dan penerapan konsep pemasaran digital di kalangan siswa. Kegiatan pemasaran yang memanfaatkan kecanggihan teknologi digital seringkali disebut dengan digital marketing. Pemasaran mempunyai peranan yang penting dalam masyarakat karena pemasaran menyangkut berbagai aspek kehidupan termasuk bidang ekonomi dan sosial (Putri, 2022). Digital marketing terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu yang memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar dan calon konsumen (Aditya, 2023). Meskipun teknologi semakin meluas di berbagai aspek kehidupan, tidak semua siswa memiliki akses atau pemahaman yang memadai tentang bagaimana teknologi dapat digunakan untuk memperkuat strategi pemasaran. Digital marketing melalui media online tidak hanya memudahkan dan memperluas peluang pemasaran, tetapi juga sangat membantu pengusaha karena memudahkan pelanggan dan

pengusaha untuk memilih dan menerima informasi tentang produk pemasaran yang mereka butuhkan, sehingga lebih mudah bagi pelanggan untuk memesan dan membeli produk tersebut (Sifwah, 2024).

Ketidakseimbangan ini tidak hanya mengarah pada ketidakmampuan siswa untuk bersaing di pasar kerja, tetapi juga mempengaruhi daya saing sekolah mereka secara keseluruhan. SMK yang tidak mampu mengintegrasikan pembelajaran pemasaran digital ke dalam kurikulum mereka dapat kehilangan relevansi di mata siswa dan industri.

Selain itu, dalam menjelajahi dunia pemasaran digital, kami menemukan bahwa banyak siswa juga kurang memahami kekuatan dan kegunaan storytelling dalam konteks pemasaran. Digital storytelling merupakan sebuah gabungan berbagai fitur multimedia seperti grafik, teks, rekaman, suara, lagu, musik dan video dengan seni bercerita untuk menyajikan materi atau poin-poin tertentu dengan durasi waktu tertentu dan dikemas dalam format digital yang menarik (Fortinasari, 2022). Menarik dalam hal ini berarti digital storytelling bisa disesuaikan dengan kebutuhan penonton yang dituju. Storytelling merupakan salah satu kunci utama dalam memikat perhatian audiens dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen. Namun, kurangnya kesempatan untuk belajar dan mengasah keterampilan ini menghambat kemampuan siswa untuk membuat kampanye pemasaran yang efektif dan memikat.

Selain dari segi keterampilan, harga pelatihan khusus untuk pemasaran digital yang cukup mahal yang membuat akses terhadap pelatihan dan pengembangan keterampilan tambahan menjadi sulit. Hal ini menciptakan kesenjangan yang lebih besar antara mereka dan rekan-rekan mereka yang lebih beruntung.

Dari analisis situasi ini, menjadi jelas bahwa ada kebutuhan mendesak untuk memberikan solusi yang menyeluruh dan terukur bagi para siswa SMK. Solusi tersebut harus tidak hanya membantu mereka mengatasi tantangan dalam pemasaran digital dan storytelling, tetapi juga mengatasi hambatan sosial dan ekonomi yang mungkin menghalangi mereka untuk berkembang secara maksimal.

Dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut, melalui kegiatan pelatihan ini akan menyajikan pendekatan yang inovatif dan terstruktur. Kami percaya bahwa dengan pendekatan yang tepat dan dukungan yang komprehensif, para siswa SMK dapat memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang mereka butuhkan untuk sukses dalam dunia yang semakin terhubung dan digital.

Dalam pengabdian masyarakat ini, akan diselenggarakan pelatihan teknik storytelling animasi dalam pembuatan cerita dan visualisasi produk sebagai dasar pemasaran digital bagi siswa SMK. Potensi dari industri animasi sekarang ini semakin maju pesat dan menjadikan negara-negara yang industri animasinya belum tumbuh berusaha berlomba-lomba untuk mengusung industri ini sebagai salah satu kekuatan ekonomi kreatif di negaranya (Rahmadian, 2019). Pelatihan ini akan meliputi materi dasar storytelling animasi, serta latihan membuat storytelling animasi untuk pemasaran produk secara digital.

Diharapkan melalui kegiatan ini, para pelajar akan mampu meningkatkan keterampilan berwirausaha mereka dan memiliki kemampuan untuk membuat visualisasi produk untuk pemasaran digital. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan rasa percaya diri dan kreativitas para pelajar, serta membantu mereka untuk lebih siap menghadapi persaingan di masa depan.

B. Kajian Pustaka

1. Definisi dan Pentingnya *Storytelling*

Storytelling adalah seni menyampaikan cerita yang melibatkan narasi, karakter, dan plot yang kohesif. *Storytelling* merupakan elemen esensial dalam berbagai bentuk media, termasuk film, televisi, dan animasi, karena kemampuan narasi yang baik dapat menarik perhatian audiens dan menciptakan keterlibatan emosional (Mubarak, 2022). *Storytelling* merupakan suatu rangkaian dari sebuah strategi yang lebih sistematis berisi aktivitas dari pemindahan cerita yaitu dari pencerita kepada si pendengar (Mubarak, 2022). Adapun elemen storytelling dalam animasi adalah sebagai berikut :

a. Karakter yang dikembangkan dengan baik dan relatable adalah kunci untuk menarik audiens.

- b. Plot atau Alur cerita yang kuat dan menarik membantu menjaga perhatian audiens dan memberikan struktur pada narasi.
- c. Visual yang menarik dan ekspresif dapat memperkuat cerita dan emosi yang ingin disampaikan.

2. Manfaat *Storytelling*

Storytelling dapat meningkatkan keterampilan kognitif siswa, termasuk kemampuan berpikir kritis, memecahkan masalah, dan kreativitas. Dalam konteks animasi, *storytelling* juga membantu siswa memahami dan menerapkan konsep visual dan naratif dalam karya mereka. Teknik *storytelling* mengembangkan perhatian dan membangun emosi dalam meningkatkan kesadaran merek atau produk dalam sebuah cerita. Cerita khayalan tentang produk atau merek untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen secara emosional dan interaktif dalam menciptakan imajinasi yang ditangkap oleh konsumen secara tepat (Masyarakat, 2023).

3. Pemasaran Digital

Pemasaran adalah sebuah penciptaan dan kepuasan dari permintaan produk atau layanan. Demi memenuhi kebutuhan masyarakat pemasaran turut berkembang ke media digital agar pemasaran yang dilakukan dapat dengan mudah tersebar dan memiliki target yaitu Pemasaran Digital. Berbeda dengan pemasaran yang menciptakan dan memenuhi permintaan, maka pemasaran digital mendorong sebuah permintaan dengan menggunakan media internet yang merupakan media interaktif (Khairunnisa, 2022).

C. Metode

Dalam pelaksanaan program pelatihan ini, tim Amikom Mitra Masyarakat telah melakukan penyusunan rencana metode yang akan dilakukan selama proses awal sosialisasi dan rencana selama kegiatan berlangsung. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam peningkatan keterampilan pemasaran digital melalui pelatihan *storytelling* animasi dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Identifikasi Mitra

Tim pengabdian masyarakat mengidentifikasi mitra yang akan dilibatkan dalam kegiatan pelatihan *storytelling* animasi. Mitra dipilih dari kalangan pelajar yang memiliki minat atau potensi dalam bidang digital marketing animasi.

2. Persiapan

Tahap persiapan disini yaitu menentukan peserta dalam hal ini siswa yang akan mengikuti pelatihan, dan menentukan jadwal pelatihan agar tidak mengganggu kegiatan belajar mengajar. Selain itu tahap inisiasi juga sebagai persiapan berkaitan perangkat, aplikasi dan software apa saja yang harus disiapkan untuk kegiatan pelatihan.

3. Pelaksanaan Pelatihan

Kegiatan pelatihan menggunakan metode *Training of Trainner* (TOT) dengan cara pemberian materi melalui ceramah, kemudian dilanjutkan dengan praktik langsung oleh para peserta. Cara ini dianggap efektif karena transfer pengetahuan yang diperoleh selama pelatihan akan lebih tersampaikan dengan baik jika peserta pelatihan itu sendiri yang menyampaikannya dan merasa bahwa kegiatan pelatihan tersebut bermanfaat bagi mereka.

4. Evaluasi

Setelah pelatihan selesai, tim pengabdian masyarakat dapat melakukan evaluasi untuk mengevaluasi sejauh mana keberhasilan pelatihan, mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan, dan memberikan saran dan masukan untuk perbaikan ke depan.

5. Dokumentasi

Tahap dokumentasi kegiatan meliputi pengarsipan surat-menyurat, pembuatan final report kegiatan pengabdian dan dokumentasi foto-foto pelatihan.

Berikut akan disajikan tabel metodologi pelaksanaan kegiatan:

Tabel 1. Metodologi pelaksanaan kegiatan

No	Materi	Metode	Evaluasi	Waktu
1	Pemaparan materi mengenai <i>storytelling</i> animasi	Ceramah	Tanyan jawab	1x30 menit
2	Pelatihan pembuatan <i>storytelling</i> animasi	Ceramah	Tanyan jawab	1x60 menit
3	Soal dan latihan	Praktik	Penilaian hasil pekerjaan siswa secara mandiri	1x30 menit

Dengan metode pelaksanaan yang terencana dan terstruktur, diharapkan program pelatihan ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi siswa SMK dalam mengembangkan keterampilan dan pemahaman mereka dalam bidang *storytelling* animasi dan pemasaran digital.

D. Hasil dan Pembahasan

Dari proses pelaksanaan pelatihan teknik *storytelling* animasi dalam pembuatan cerita dan visualisasi produk sebagai dasar pemasaran digital bagi siswa SMK yang diikuti oleh siswa SMK Telkom Purwokerto, didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Identifikasi Mitra

Tahap survei dilakukan diawal dengan tujuan untuk memahami kurikulum merdeka P5 (Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila) yang diimplementasikan di SMK Telkom Purwokerto, beralamatkan di Jl. DI Panjaitan No.128, Karangreja, Purwokerto Kidul, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas. Dari hasil observasi dan wawancara dengan koordinator penanggung jawab kegiatan proyek P5, diketahui tema yang diangkat tahun ini adalah tema kewirausahaan. Diharapkan melalui tema ini siswa-siswi dapat belajar lebih kreatif, berpikir kritis, mandiri, tangguh dan inovatif.

2. Persiapan

Dari hasil diskusi dengan bagian kesiswaan dan koordinator P5 di SMK Telkom Purwokerto, disepakati untuk peserta pelatihan yaitu siswa-siswi dari kelas 11 dengan total jumlah siswa-siswi yaitu 300, yang nantinya dibentuk kelompok masing-masing beranggotakan 6 siswa-siswi. Untuk jadwal pelatihan yaitu tanggal 10 Mei 2024 bertempat di Aula SMK Telkom Purwokerto. Untuk Perangkat dan Aplikasi yang harus disiapkan oleh siswa-siswi yaitu Laptop, HP dan Aplikasi Canva untuk masing-masing kelompok yang sudah dibentuk.

3. Pelaksanaan

Narasumber dalam kegiatan pelatihan teknik *storytelling* animasi dalam pembuatan cerita dan visualisasi produk sebagai dasar pemasaran digital bagi siswa SMK ini adalah Deuis Nur Astrida, M.Kom. Kegiatan Pelatihan ini dibagi menjadi 2 sesi, sesi pertama dimulai pukul 08.00 WIB sampai pukul 09.30 WIB, yang terdiri dari pemaparan materi pengantar mengenai *storytelling* animasi, dilanjutkan praktik langsung membuat *storytelling* animasi, dan diskusi tanya jawab serta pengecekan hasil awal dari masing-masing kelompok.

Berikut pada Gambar 1 Merupakan sesi pemaparan materi pengantar yang disampaikan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat.



Gambar 1. Penyampaian materi

Sumber : tim pengabdian masyarakat

Penyampain materi pengantar berkaitan tentang *storytelling* animasi. Pada sesi ini pemateri menyampaikan bagaimana tahapan-tahapan dari proses *storytelling* animasi yang dimulai dari Pengantar konsep *storytelling* animasi, praktik pembuatan karakter dan pengembangan cerita dan plot. Kemudian dilanjutkan dengan implementasi ke pemasaran digital. Setelah sesi materi pertama selesai, dilanjutkan praktik oleh masing-masing kelompok dan di dapingi oleh Tim Pengabdian kepada masyarakat. Masing-masing kelompok siswa sebelumnya sudah memiliki ide produknya masing-masing, dan berikut pada Gambar 2 merupakan sesi praktik pembuatan *storytelling* animasi sebagai media pemasaran digital.



Gambar 2. Proses praktik pembuatan *storytelling* animasi

Sumber : tim pengabdian masyarakat

4. Evaluasi

Secara umum, pelaksanaan kegiatan pelatihan ini berjalan dengan baik. Selama pembinaan berlangsung, respon dari siswa cukup baik, dimana yang pada awalnya siswa tidak berani bertanya, setelah diberikan pendampingan, siswa sudah berani untuk bertanya khususnya tentang teknik dan pembuatan *storytelling* animasi. Beberapa pertanyaan-pertanyaan diajukan oleh siswa baik ketika pengenalan *storytelling* animasi maupun ketika pendamping pembuatan *storytelling* animasi. Siswa sangat aktif dalam membuat konsep untuk membuat *storytelling* animasi. Sebagai kegiatan awal siswa diminta untuk menampilkan konsep iklan produk dan ternyata hasil yang diperoleh tersebut cukup kurang. Karena siswa hanya membuat konsep manual yang sangat sederhana. Setelah diadakan pelatihan pembuatan *storytelling* animasi, siswa kembali diminta untuk menampilkan hasil *storytelling*

animasi yang sudah dibuat dan didapatkan hasil siswa mampu membuat konsep dalam bentuk *storytelling* animasi yang lebih menarik. Dari hasil tersebut dapat diketahui adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan siswa dalam membuat rancangan iklan produk. Secara umum tidak terjadi hambatan yang berarti dalam keseluruhan kegiatan ini dan kegiatan ini berjalan dengan baik. Adapun hasil *storytelling* animasi yang dibuat dari hasil pelatihan adalah sebagai berikut :

	<table><tr><th>Scene <u>1</u></th><th>Shot <u>1a</u></th><th>Panel <u>1</u></th></tr><tr><td colspan="3">Visual : Menampilkan kebun pisang yang hijau dan subur. Kamera fokus pada Bimo, pisang yang cerah dan penuh semangat.</td></tr><tr><td colspan="3">Shot: Extreme close up, Camera: Zoom out</td></tr><tr><td colspan="3">Narasi: " Dari kebun pisang pilihan terbaik"</td></tr><tr><td colspan="2">Audio: Fade in opening music</td><td>Time: 10s</td></tr></table>	Scene <u>1</u>	Shot <u>1a</u>	Panel <u>1</u>	Visual : Menampilkan kebun pisang yang hijau dan subur. Kamera fokus pada Bimo, pisang yang cerah dan penuh semangat.			Shot: Extreme close up, Camera: Zoom out			Narasi: " Dari kebun pisang pilihan terbaik"			Audio: Fade in opening music		Time: 10s			
Scene <u>1</u>	Shot <u>1a</u>	Panel <u>1</u>																	
Visual : Menampilkan kebun pisang yang hijau dan subur. Kamera fokus pada Bimo, pisang yang cerah dan penuh semangat.																			
Shot: Extreme close up, Camera: Zoom out																			
Narasi: " Dari kebun pisang pilihan terbaik"																			
Audio: Fade in opening music		Time: 10s																	
	<table><tr><th>Scene <u>2</u></th><th>Shot <u>1b</u></th><th>Panel <u>2</u></th></tr><tr><td colspan="3">Visual: Bimo jatuh dari pohonnya dan mendarat di dekat pabrik coklat. Di sini, dia bertemu dengan Choco, sosok coklat yang ramah.</td></tr><tr><td colspan="3">Shot: Medium, Camera: Zoom out (slow)</td></tr><tr><td colspan="3">Narasi: "Dipadukan dengan manisnya coklat alami"</td></tr><tr><td colspan="2">Audio: Opening music</td><td>Time: 10s</td></tr></table>	Scene <u>2</u>	Shot <u>1b</u>	Panel <u>2</u>	Visual: Bimo jatuh dari pohonnya dan mendarat di dekat pabrik coklat. Di sini, dia bertemu dengan Choco, sosok coklat yang ramah.			Shot: Medium, Camera: Zoom out (slow)			Narasi: "Dipadukan dengan manisnya coklat alami"			Audio: Opening music		Time: 10s			
Scene <u>2</u>	Shot <u>1b</u>	Panel <u>2</u>																	
Visual: Bimo jatuh dari pohonnya dan mendarat di dekat pabrik coklat. Di sini, dia bertemu dengan Choco, sosok coklat yang ramah.																			
Shot: Medium, Camera: Zoom out (slow)																			
Narasi: "Dipadukan dengan manisnya coklat alami"																			
Audio: Opening music		Time: 10s																	
	<table><tr><th>Scene <u>3</u></th><th>Shot <u>1c</u></th><th>Panel <u>3</u></th></tr><tr><td colspan="3">Visual: Menampilkan proses pembuatan Pisang Coklat, mulai dari mencelupkan pisang ke dalam coklat cair, hingga menambahkan topping.</td></tr><tr><td colspan="3">Shot: Wide</td></tr><tr><td colspan="3">Camera: Zoom out</td></tr><tr><td colspan="2">Audio: Opening music</td><td>Time: 20s</td></tr></table>	Scene <u>3</u>	Shot <u>1c</u>	Panel <u>3</u>	Visual: Menampilkan proses pembuatan Pisang Coklat, mulai dari mencelupkan pisang ke dalam coklat cair, hingga menambahkan topping.			Shot: Wide			Camera: Zoom out			Audio: Opening music		Time: 20s			
Scene <u>3</u>	Shot <u>1c</u>	Panel <u>3</u>																	
Visual: Menampilkan proses pembuatan Pisang Coklat, mulai dari mencelupkan pisang ke dalam coklat cair, hingga menambahkan topping.																			
Shot: Wide																			
Camera: Zoom out																			
Audio: Opening music		Time: 20s																	
	<table><tr><th>Scene <u>4</u></th><th>Shot <u>1d</u></th><th>Panel <u>4</u></th></tr><tr><td colspan="3">Visual: Menampilkan cemilan piscok lumer yang lezat.</td></tr><tr><td colspan="3">Shot: Wide</td></tr><tr><td colspan="3">Camera: Zoom out ends</td></tr><tr><td colspan="3">Narasi " Piscok lumer, cemilan sehat keluarga, gurih pisangnya, lumer coklatnya"</td></tr><tr><td colspan="2">Audio: Opening music</td><td>Time: 20s</td></tr></table>	Scene <u>4</u>	Shot <u>1d</u>	Panel <u>4</u>	Visual: Menampilkan cemilan piscok lumer yang lezat.			Shot: Wide			Camera: Zoom out ends			Narasi " Piscok lumer, cemilan sehat keluarga, gurih pisangnya, lumer coklatnya"			Audio: Opening music		Time: 20s
Scene <u>4</u>	Shot <u>1d</u>	Panel <u>4</u>																	
Visual: Menampilkan cemilan piscok lumer yang lezat.																			
Shot: Wide																			
Camera: Zoom out ends																			
Narasi " Piscok lumer, cemilan sehat keluarga, gurih pisangnya, lumer coklatnya"																			
Audio: Opening music		Time: 20s																	

Gambar 3. Hasil pelatihan pembuatan *storytelling* animasi

Sumber : tim pengabdian masyarakat

5. Dokumentasi

Tahap terakhir berkaitan dengan proses dokumentasi mulai dari surat kerjasama, pembuatan laporan pengabdian dan dokumentasi foto dan video yang nantinya akan diliput di media masa dan diunggah ke platform Youtube.

Berikut Gambar 4 merupakan sesi dokumentasi setelah acara pelatihan yang berjudul pelatihan teknik *storytelling* animasi dalam pembuatan cerita dan visualisasi produk sebagai dasar pemasaran digital bagi siswa SMK ini selesai.



Gambar 4. Dokumentasi kegiatan pelatihan
Sumber : tim pengabdian masyarakat

E. Kesimpulan

Program pelatihan teknik *storytelling* animasi dan pemasaran digital ini berhasil memberikan dampak positif yang signifikan terhadap siswa SMK. Mereka tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dan manajemen, tetapi juga merasa lebih percaya diri dan siap menghadapi tantangan di dunia kerja digital. Program ini dapat dijadikan model untuk pelatihan serupa di masa depan, dengan penyesuaian dan perbaikan berdasarkan umpan balik yang diterima.

F. Daftar Pustaka

- Aditya, R. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 96-102.
- Fortinasari, P. B. (2022). DIGITAL STORYTELLING SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN YANG KREATIF Abstrak. 24-32.
- Khairunnisa, C. M. (2022). Pemasaran Digital Sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper. *JAMIN : Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 98.
- Masyarakat, J. P. (2023). Pemanfaatan Storytelling Marketing Sebagai Alat Bantu Bisnis UMKM Di Kelurahan Taman , Kecamatan Taman , Kabupaten Sidoarjo. 50-55.
- Mubarak, A. F. (2022). Penggunaan Metode Storytelling Dalam Pembelajaran Sebagai Upaya Meningkatkan Keterampilan Berbicara Siswa. *AR-RIAYAH : Jurnal Pendidikan Dasar*, 183.
- Putri, S. S. (2022). Digital Marketing Sebagai Optimalisasi Strategi Pemasaran Wirausaha Muda “ Clothing Prjbus ” Dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM. *Jurnal Lugas*, 65-72.
- Rahmadianto, S. A. (2019). Peningkatan Pemasaran Melalui Strategi Branding Dan Identitas Untuk Mocca Animation Studio Malang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Santika, A. (2023). Peran Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Dalam Memposisikan Lulusan Siswanya Mencari Pekerjaan 1.2.3.4. *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Kependidikan*, 84-94.
- Sifwah, M. A. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal Of Management Accounting, Tax And Production*, 109-118.