

Membangun *Branding* Muslim di Era Digital: Antara Identitas, Integritas, dan Kebermanfaatan

Khoirun Nisa Bahri *

Universitas 'Aisyiyah Bandung

* khoirunnisabahri@unisa-bandung.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu membangun identitas, berkomunikasi, dan menyampaikan nilai-nilai kepada masyarakat. Di sisi lain, penggunaan media digital yang semakin masif juga menghadirkan tantangan berupa penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, rendahnya etika bermedia, serta kecenderungan membangun citra yang lebih mengedepankan popularitas daripada integritas. Kondisi tersebut mendorong pentingnya peningkatan literasi digital yang berlandaskan nilai-nilai Islam, khususnya bagi warga Muhammadiyah dan 'Aisyiyah sebagai bagian dari komunitas dakwah dan pemberdayaan masyarakat. Sebagai bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, telah dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Membangun Branding Muslim di Era Digital: Antara Identitas, Integritas, dan Kebermanfaatan" atas undangan Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Jawa Barat dalam rangkaian program Gerakan Subuh Mengaji (GSM). Kegiatan dilaksanakan secara daring melalui Zoom pada Selasa, 26 Mei 2026 pukul 05.15–06.30 WIB dan diikuti oleh jamaah Muhammadiyah dan 'Aisyiyah dari berbagai wilayah di Jawa Barat. Metode pelaksanaan meliputi ceramah interaktif, diskusi, dan tanya jawab. Materi yang disampaikan mencakup konsep branding Muslim, pentingnya membangun identitas digital yang autentik, menjaga integritas dalam aktivitas bermedia, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana dakwah dan penyebaran konten yang bermanfaat. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memberikan respons yang positif serta memperoleh peningkatan pemahaman mengenai pentingnya membangun branding yang tidak hanya berorientasi pada citra diri, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai keislaman, etika, dan kemaslahatan bagi masyarakat. Kegiatan ini juga memperkuat sinergi antara Universitas 'Aisyiyah Bandung dan Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Jawa Barat dalam penyelenggaraan program edukasi yang berkontribusi pada peningkatan literasi digital dan penguatan peran masyarakat dalam menghadapi tantangan era digital.

Kata Kunci: *Branding, Merek Islam, Integritas Muslim, Identitas Muslim, Kebermanfaatan*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap cara individu maupun organisasi membangun identitas, berkomunikasi, serta menyampaikan nilai-nilai yang diyakini kepada masyarakat (Bahri et al., 2025). Media digital tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi, tetapi telah menjadi ruang utama dalam membentuk persepsi publik, membangun reputasi, serta memperluas

pengaruh positif (Harto et al., 2021). Di sisi lain kemudahan akses terhadap media digital juga menghadirkan berbagai tantangan, seperti penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, konten yang kurang mencerminkan nilai-nilai Islam, hingga kecenderungan membangun citra yang lebih mengedepankan popularitas dibandingkan integritas. Kondisi tersebut menuntut setiap individu, khususnya warga Muhammadiyah dan 'Aisyiyah, untuk memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai pentingnya membangun branding Muslim yang berlandaskan identitas keislaman, integritas moral, serta kebermanfaatan bagi masyarakat.

Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Jawa Barat melalui program Gerakan Subuh Mengaji (GSM) secara konsisten menghadirkan kajian-kajian yang relevan dengan tantangan zaman sebagai upaya meningkatkan kualitas spiritual dan kapasitas intelektual jamaah. Salah satu tema yang dipandang penting adalah bagaimana memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah, edukasi, dan penguatan citra positif seorang Muslim tanpa mengabaikan nilai-nilai kejujuran, amanah, dan etika bermedia. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Membangun Branding Muslim di Era Digital: Antara Identitas, Integritas, dan Kebermanfaatan" diselenggarakan secara daring melalui platform Zoom untuk menjangkau jamaah Muhammadiyah dan 'Aisyiyah di berbagai daerah di Jawa Barat. Kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep branding yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, mendorong pemanfaatan media digital secara bijaksana dan bertanggung jawab, serta memperkuat peran setiap individu sebagai representasi dakwah yang memberikan manfaat bagi lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, penguatan branding Muslim tidak hanya berorientasi pada pembentukan citra diri, tetapi juga menjadi sarana menebarkan nilai-nilai Islam yang rahmatan lil 'alamin melalui ruang digital (Harinie et al., 2024).

Transformasi digital telah membuka peluang yang luas bagi masyarakat untuk menyampaikan gagasan, berbagi pengetahuan, serta membangun citra diri melalui berbagai platform media digital (Chakti, 2019). Namun, di balik peluang tersebut terdapat berbagai tantangan yang dihadapi oleh masyarakat, termasuk warga Muhammadiyah dan 'Aisyiyah, dalam memanfaatkan media digital secara tepat. Masih terdapat kecenderungan penggunaan media sosial yang berorientasi pada popularitas, belum diimbangi dengan pemahaman mengenai pentingnya membangun branding yang berlandaskan nilai-nilai Islam, integritas, dan kebermanfaatan. Selain itu, belum semua peserta memiliki kemampuan dalam mengelola identitas digital secara konsisten sehingga pesan-pesan positif yang disampaikan belum mampu membangun kepercayaan dan memberikan dampak yang optimal bagi masyarakat.

Perkembangan arus informasi yang sangat cepat juga meningkatkan risiko penyebaran konten yang kurang etis, informasi yang tidak terverifikasi, serta komunikasi digital yang kurang mencerminkan akhlak seorang Muslim (Desai & Vidyapeeth, 2019). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya penguatan literasi mengenai branding Muslim yang tidak hanya berfokus pada pencitraan, tetapi juga pada pembentukan karakter, kredibilitas, dan kontribusi nyata melalui media digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk menjawab beberapa permasalahan, yaitu:

1. Bagaimana meningkatkan pemahaman jamaah Muhammadiyah dan 'Aisyiyah mengenai konsep branding Muslim yang berlandaskan identitas keislaman, integritas, dan kebermanfaatan di era digital?
2. Bagaimana membangun kesadaran peserta dalam mengelola identitas digital secara etis, autentik, dan bertanggung jawab sesuai dengan nilai-nilai Islam?
3. Bagaimana mendorong peserta agar mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana dakwah, edukasi, serta penyebaran konten yang memberikan manfaat bagi masyarakat luas?
4. Bagaimana meningkatkan kemampuan peserta dalam menerapkan prinsip-prinsip branding personal yang positif sehingga mampu menjadi teladan dan representasi nilai-nilai Islam di ruang digital?

Melalui perumusan masalah tersebut, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan solusi berupa peningkatan pengetahuan, kesadaran, dan keterampilan peserta dalam membangun branding Muslim yang tidak hanya menciptakan citra positif, tetapi juga menghasilkan dampak sosial yang bermanfaat bagi umat dan masyarakat.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan kapasitas jamaah Muhammadiyah dan 'Aisyiyah di Jawa Barat dalam membangun branding Muslim di era digital yang berlandaskan identitas keislaman, integritas, dan kebermanfaatan, sehingga mampu memanfaatkan media digital secara bijaksana sebagai sarana dakwah, edukasi, serta pemberdayaan masyarakat.

Metode Pelaksanaan

Langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra dalam 2 aspek yaitu aspek manajemen usaha dan aspek pemasaran, yaitu:



Gambar 1. Langkah-langkah Pelaksanaan PKM

1. Koordinasi Awal

Tahap koordinasi awal dilakukan sebagai langkah awal dalam merancang kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tim pelaksana melakukan komunikasi dan koordinasi dengan mitra serta pihak-pihak terkait untuk mengidentifikasi kebutuhan peserta

mengenai penguatan branding Muslim di era digital. Pada tahap ini juga dilakukan penyusunan konsep kegiatan, penentuan tema, sasaran peserta, pembagian tugas tim pelaksana, penyusunan jadwal kegiatan, serta penetapan media pelaksanaan yang menggunakan Zoom Meeting. Hasil koordinasi ini menjadi dasar dalam penyusunan materi dan strategi pelaksanaan kegiatan.

2. Persiapan Kegiatan

Tahap persiapan bertujuan memastikan seluruh kebutuhan teknis maupun substansi kegiatan telah tersedia sebelum pelaksanaan. Kegiatan yang dilakukan meliputi penyusunan materi pelatihan mengenai konsep branding Muslim, identitas personal, integritas dalam membangun citra digital, serta kebermanfaatan sebagai nilai utama personal branding. Selain itu, tim menyiapkan media presentasi, publikasi kegiatan, formulir pendaftaran peserta, instrumen evaluasi berupa pre-test dan post-test maupun kuesioner kepuasan peserta, serta melakukan uji coba perangkat dan jaringan internet guna memastikan kelancaran pelaksanaan webinar.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan merupakan inti dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan secara daring melalui Zoom Meeting pada tanggal 26 Mei 2026. Kegiatan diawali dengan pembukaan, penyampaian tujuan kegiatan, kemudian dilanjutkan dengan pemaparan materi mengenai pentingnya membangun branding Muslim yang berlandaskan identitas yang autentik, integritas dalam berperilaku di ruang digital, serta kebermanfaatan bagi masyarakat sebagai fondasi utama personal branding. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif melalui presentasi, diskusi, tanya jawab, serta berbagi pengalaman dan praktik baik sehingga peserta dapat memahami konsep sekaligus memperoleh gambaran implementasinya dalam kehidupan sehari-hari maupun aktivitas profesional.

4. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan kegiatan dan tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan. Evaluasi dilakukan melalui pengisian kuesioner kepuasan peserta, dokumentasi aktivitas diskusi, serta analisis hasil pre-test dan post-test (apabila digunakan) untuk melihat peningkatan pengetahuan peserta. Selain itu, tim juga mengumpulkan masukan, saran, dan umpan balik dari peserta sebagai bahan perbaikan dalam penyelenggaraan kegiatan pengabdian berikutnya.

5. Pendampingan

Setelah kegiatan utama selesai dilaksanakan, tim pengabdian memberikan pendampingan kepada peserta sebagai bentuk tindak lanjut. Pendampingan dilakukan melalui media komunikasi daring, seperti grup WhatsApp atau media komunikasi lainnya, sehingga peserta dapat berkonsultasi mengenai penerapan strategi branding Muslim dalam aktivitas digital mereka. Pada tahap ini peserta juga memperoleh kesempatan untuk mendiskusikan berbagai tantangan yang dihadapi serta

mendapatkan masukan mengenai pengembangan identitas digital yang selaras dengan nilai-nilai Islam.

6. Keberlanjutan Program

Tahap keberlanjutan merupakan upaya menjaga dampak jangka panjang dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Tim pelaksana berkomitmen untuk terus menjalin komunikasi dengan peserta melalui penyebaran materi edukasi, berbagi informasi mengenai pelatihan lanjutan, serta mendorong terbentuknya jejaring pembelajaran yang mendukung pengembangan branding Muslim secara berkelanjutan. Keberlanjutan program diharapkan mampu meningkatkan kesadaran peserta dalam membangun personal branding yang tidak hanya berorientasi pada popularitas, tetapi juga menjunjung tinggi identitas, integritas, dan kebermanfaatan bagi masyarakat luas.

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Jawa Barat (PWA Jawa Barat) yang berperan aktif sejak tahap perencanaan hingga keberlanjutan program. Keterlibatan mitra menjadi faktor penting dalam mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan serta memastikan materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan sasaran. Pada tahap koordinasi awal, PWA Jawa Barat berpartisipasi dalam proses identifikasi kebutuhan peserta terkait penguatan branding Muslim di era digital. Mitra memberikan masukan mengenai isu-isu yang dihadapi anggota dan masyarakat dalam membangun identitas diri di ruang digital, sehingga tema "Membangun Branding Muslim di Era Digital: Antara Identitas, Integritas, dan Kebermanfaatan" dipandang relevan dengan kebutuhan pembinaan organisasi. Pada tahap persiapan, PWA Jawa Barat berperan dalam membantu penyebarluasan informasi kegiatan kepada calon peserta melalui jaringan organisasi yang dimiliki. Selain itu, mitra juga berkoordinasi dengan tim pelaksana mengenai jadwal pelaksanaan, mekanisme pendaftaran, serta teknis penyelenggaraan webinar agar kegiatan dapat diikuti oleh peserta secara optimal. Selama pelaksanaan kegiatan, PWA Jawa Barat bertindak sebagai fasilitator dengan mengoordinasikan kehadiran peserta, mendukung kelancaran komunikasi antara narasumber dan peserta, serta mendorong terciptanya suasana diskusi yang aktif dan interaktif. Mitra juga memberikan dukungan moral maupun organisatoris sehingga pelaksanaan kegiatan berlangsung sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Pada tahap evaluasi, PWA Jawa Barat membantu menghimpun umpan balik dari peserta mengenai kualitas materi, metode penyampaian, serta manfaat kegiatan. Hasil evaluasi tersebut menjadi bahan refleksi bagi tim pelaksana untuk meningkatkan kualitas program pengabdian pada kegiatan berikutnya. Dalam tahap pendampingan, PWA Jawa Barat berperan sebagai penghubung antara tim pengabdian dan peserta. Mitra memfasilitasi komunikasi lanjutan sehingga peserta dapat berkonsultasi mengenai implementasi strategi branding Muslim dalam aktivitas digital maupun kegiatan organisasi. Keterlibatan mitra pada tahap ini membantu memastikan bahwa pengetahuan yang diperoleh peserta dapat diterapkan secara nyata. Sebagai bentuk keberlanjutan program, PWA Jawa Barat berkomitmen untuk mengintegrasikan materi branding Muslim dalam berbagai kegiatan pembinaan organisasi, pelatihan, maupun program pemberdayaan masyarakat yang diselenggarakan di tingkat wilayah maupun daerah. Melalui kolaborasi yang berkelanjutan, diharapkan tercipta ekosistem pembelajaran yang mendorong anggota dan masyarakat untuk membangun branding yang berlandaskan nilai-nilai Islam,

menjunjung tinggi integritas, serta memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar. Dengan keterlibatan aktif pada setiap tahapan kegiatan, PWA Jawa Barat tidak hanya berperan sebagai mitra pelaksana, tetapi juga sebagai agen pemberdayaan yang mendukung keberhasilan implementasi dan keberlanjutan program pengabdian kepada masyarakat.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertajuk "Membangun Branding Muslim di Era Digital: Antara Identitas, Integritas, dan Kebermanfaatan" telah dilaksanakan secara daring melalui platform Zoom Meeting pada tanggal 26 Mei 2026 bekerja sama dengan Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Jawa Barat sebagai mitra kegiatan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya membangun branding Muslim yang tidak hanya berorientasi pada citra diri, tetapi juga didasarkan pada nilai-nilai Islam, integritas, dan kebermanfaatan dalam kehidupan bermasyarakat maupun aktivitas digital.



Gambar 2. Flyer Kegiatan Gerakan Subuh Mengaji (GSM)

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pembukaan dan penyampaian tujuan kegiatan, dilanjutkan dengan penyampaian materi utama mengenai konsep branding Muslim di era digital. Materi yang disampaikan mencakup perubahan pola komunikasi masyarakat akibat perkembangan teknologi digital, pentingnya membangun identitas diri yang autentik (*authentic identity*), menjaga integritas dalam setiap aktivitas di media digital, serta menciptakan dampak positif melalui konten dan interaksi yang memberikan manfaat bagi

masyarakat. Peserta juga memperoleh pemahaman mengenai bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah, edukasi, pemberdayaan ekonomi, serta pengembangan profesional tanpa mengabaikan nilai-nilai etika dan akhlak Islami. Selama sesi pemaparan materi, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal ini terlihat dari tingginya partisipasi dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Berbagai pertanyaan yang diajukan berkaitan dengan tantangan menjaga konsistensi identitas di media sosial, strategi membangun personal branding yang tetap sesuai dengan syariat Islam, cara menghadapi persepsi negatif di ruang digital, serta pemanfaatan media sosial untuk memperluas kebermanfaatan melalui kegiatan sosial, pendidikan, maupun kewirausahaan. Diskusi yang berlangsung menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep secara teoritis, tetapi juga berupaya menghubungkannya dengan pengalaman dan aktivitas yang mereka jalankan sehari-hari.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai konsep branding Muslim yang komprehensif. Sebelum mengikuti kegiatan, sebagian peserta masih memandang branding sebagai upaya membangun popularitas atau citra diri semata. Setelah memperoleh materi dan mengikuti diskusi, peserta memahami bahwa branding Muslim merupakan proses membangun reputasi yang didasarkan pada kesesuaian antara identitas, nilai, perilaku, dan kontribusi nyata kepada masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan branding tidak hanya diukur dari jumlah pengikut atau tingkat eksposur di media sosial, tetapi juga dari tingkat kepercayaan, kredibilitas, dan manfaat yang diberikan kepada lingkungan.

Kegiatan ini juga memberikan pemahaman kepada peserta mengenai pentingnya integritas dalam membangun jejak digital (*digital footprint*). Integritas diwujudkan melalui konsistensi antara nilai yang disampaikan dengan perilaku yang ditampilkan di ruang digital. Peserta menyadari bahwa setiap unggahan, komentar, maupun interaksi di media sosial membentuk persepsi publik sehingga diperlukan kehati-hatian dalam menyampaikan informasi, menjaga etika komunikasi, serta menghindari penyebaran informasi yang tidak dapat dipertanggungjawabkan. Kesadaran tersebut menjadi salah satu indikator meningkatnya literasi digital peserta yang tidak hanya berorientasi pada kemampuan menggunakan teknologi, tetapi juga pada tanggung jawab moral dalam penggunaannya. Selain itu, kegiatan ini menekankan bahwa kebermanfaatan merupakan unsur utama dalam branding Muslim. Peserta didorong untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana berbagi ilmu, pengalaman, inspirasi, maupun aktivitas sosial yang mampu memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Pendekatan ini memperkuat pemahaman bahwa personal branding dalam perspektif Islam tidak diarahkan untuk mencari pengakuan semata, melainkan sebagai bentuk ikhtiar dalam menyebarkan kebaikan (*khairu an-nas anfa'uhum lin-nas*), memperluas manfaat, dan membangun kepercayaan publik melalui kontribusi yang nyata.

Keberhasilan kegiatan juga tidak terlepas dari peran aktif Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Jawa Barat sebagai mitra. Mitra berkontribusi dalam menjaring peserta, memfasilitasi koordinasi kegiatan, serta mendorong partisipasi aktif selama proses pelaksanaan. Kolaborasi antara tim pengabdian dan mitra menghasilkan proses pembelajaran yang berlangsung secara interaktif, sehingga peserta lebih mudah memahami materi melalui diskusi dan berbagi pengalaman. Sinergi ini menunjukkan bahwa keberhasilan program pengabdian sangat dipengaruhi oleh keterlibatan aktif organisasi mitra dalam setiap

tahapan kegiatan. Sebagai tindak lanjut, peserta diberikan kesempatan untuk terus berkomunikasi dengan tim pengabdian melalui media komunikasi daring guna mendiskusikan implementasi branding Muslim dalam aktivitas organisasi maupun kehidupan profesional. Pendampingan ini diharapkan mampu memperkuat penerapan materi yang telah diperoleh sehingga dampak kegiatan tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga berlanjut pada perubahan perilaku dalam memanfaatkan media digital secara lebih bertanggung jawab, berintegritas, dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran peserta mengenai pentingnya membangun branding Muslim yang berlandaskan identitas yang autentik, integritas dalam setiap aktivitas digital, serta orientasi pada kebermanfaatan. Melalui kolaborasi dengan Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Jawa Barat, kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membangun budaya literasi digital yang tidak hanya adaptif terhadap perkembangan teknologi, tetapi juga tetap menjunjung tinggi nilai-nilai Islam sebagai landasan dalam membangun citra dan reputasi di era digital.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah Swt. atas rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang berjudul "Membangun Branding Muslim di Era Digital: Antara Identitas, Integritas, dan Kebermanfaatan" dapat terlaksana dengan baik.

Penulis juga menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas 'Aisyiyah Bandung atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Ucapan terima kasih yang tulus juga disampaikan kepada Pimpinan Wilayah 'Aisyiyah Jawa Barat selaku mitra kegiatan yang telah memberikan kepercayaan, dukungan, koordinasi, serta memfasilitasi penyelenggaraan kegiatan melalui Program Gerakan Subuh Mengaji (GSM) sehingga kegiatan dapat berjalan dengan lancar dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Apresiasi yang setinggi-tingginya juga diberikan kepada seluruh panitia, narasumber, serta peserta yang telah berpartisipasi aktif selama rangkaian kegiatan berlangsung. Antusiasme, kontribusi, dan kerja sama dari seluruh pihak menjadi faktor penting dalam keberhasilan pelaksanaan program ini.

Semoga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan, khususnya dalam meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya membangun branding Muslim yang berlandaskan identitas, integritas, dan kebermanfaatan di era digital. Besar harapan penulis agar ilmu dan wawasan yang diperoleh dapat diimplementasikan oleh para pelaku usaha, anggota, serta jamaah di bawah naungan Muhammadiyah dan 'Aisyiyah, sehingga mampu memperkuat peran mereka dalam menciptakan ekosistem digital yang positif, produktif, dan berlandaskan nilai-nilai Islam.

Referensi

- Bahri, K. N., Atmami, H., Yasundari, Y., Damayanti, R., & Mardhia, N. (2025). Empowering Community Melalui Strategi Pemasaran Digital, Branding, dan Komunikasi Efektif Bagi Masyarakat Kampung Bongkor. *Madaniya*, 6(4), 1961–1967.
- Chakti, G. (2019). *The Book of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Desai, V., & Vidyapeeth, B. (2019). Digital marketing: A review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 5(5), 196–200.
- Harinie, L. T., Santoso, F. I., Dumgair, P. P., Octaviani, R. D., Bestari, D. K. P., Wijaya, N. P. N. P., Bahri, K. N., Chalil, R. D., Sari, J. D. P., & Yuswono, I. (2024). *Pemasaran digital*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Harto, B., Rozak, A., & Rukmana, A. Y. (2021). Strategi marketing belah doeren melalui digital marketing terhadap keputusan pembelian dimediasi brand image. *Atrabis Jurnal Administrasi Bisnis (E-Journal)*, 7(1), 67–74.