

## PENGUATAN BRAND AWARENESS DESA WISATA BOROBUDUR MELALUI PENGEMBANGAN BAHAN TAYANG EDUKASI BERBASIS MEDIA SOSIAL

Anis Susanti<sup>1</sup>, Nina Oktarina<sup>2</sup>, Dian Fithra Permana<sup>3</sup>, Gendis Putri Gustine<sup>4</sup>  
Nanda Zahrotul 'Aeni<sup>5</sup>, Dewi Azizatul Kholqiyah<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang, Jawa Tengah, Indonesia  
e-mail: [anissusanti@mail.unnes.ac.id](mailto:anissusanti@mail.unnes.ac.id)

### ABSTRAK

Desa Wisata Borobudur, sebagai salah satu destinasi super prioritas, memiliki peran penting dalam menarik wisatawan domestik dan mancanegara. Untuk mendukung pengelolaan desa wisata, penting dilakukan upaya peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) melalui pelatihan. Salah satunya adalah penguatan *brand awareness* desa wisata melalui pembuatan bahan tayang edukasi berbasis media sosial menggunakan aplikasi edit video CapCut. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pengelola desa wisata dalam rangka menguatkan *brand awareness* melalui pembuatan bahan tayang edukasi berupa video pendek berbasis media sosial dengan pemanfaatan aplikasi CapCut. Metode pelaksanaan yang dilakukan adalah pendampingan yang diikuti oleh 20 peserta yang terdiri dari pemilik usaha kuliner, kerajinan, dan penyewaan volkswagen di Desa Wisata Borobudur. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah peserta mampu meningkatkan keterampilan mereka dalam membuat bahan tayang edukasi video pendek untuk diunggah di Instagram, yang lebih lanjut dapat meningkatkan *brand awareness* Desa Wisata Borobudur secara luas melalui media sosial dan mendukung promosi secara online guna memperluas jangkauan yang pada akhirnya meningkatkan jumlah kunjungan ke desa wisata.

**Kata Kunci:** Brand Awareness, Desa Wisata Borobudur, Pelatihan Aplikasi CapCut

### ABSTRACT

*Borobudur Tourism Village, as one of the super priority destinations, has an important role in attracting domestic and foreign tourists. To support the management of tourist villages, it is important to make efforts to increase the capacity of Human Resources (HR) through training. One of them is the strengthening of the Brand Awareness of the Tourism Village through the manufacture of social media -based education materials using Capcut video editing applications. This training aims to improve the skills of tourist village managers in order to strengthen the brand awareness through the manufacture of educational broadcast materials in the form of short social media based videos with the use of capcut applications. The implementation method carried out was the assistance attended by 20 participants consisting of culinary business owners, handicrafts, and Volkswagen rental in Borobudur Tourism Village. The results of this community service activity are that participants are able to improve their skills in making short video education materials to be uploaded on Instagram, which can further improve the brand awareness of Borobudur tourism villages widely through social media and support online promotions to expand the reach that ultimately increases number of visits to tourism villages.*

**Keywords:** Brand Awareness, Borobudur Tourism Village, CapCut Application Training

### PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan suatu desa yang wilayahnya dijadikan sebuah destinasi wisata, selain karena desa tersebut memiliki ciri khas tetapi juga karena desa tersebut berpotensi dan mempunyai daya tarik tersendiri seperti alamnya yang asri, budayanya yang masih terus dilestarikan dan wisata lainnya yang diciptakan oleh warga setempat (Aurelya et al., 2022). Desa Wisata Borobudur adalah lokasi menarik yang menjadi perhatian utama bagi wisatawan. Sebagai salah satu desa yang berada di wilayah Destinasi Super Prioritas, memiliki peran penting untuk menarik wisatawan dari dalam dan

luar negeri. Desa Wisata Borobudur memiliki kearifan budaya yang adiluhung dan menarik serta alam yang indah. Selain itu, desa-desa ini memiliki berbagai fasilitas wisata yang cukup untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, seperti homestay, transportasi, pusat kuliner, pusat oleh-oleh, dan berbagai atraksi lainnya, seperti kampung gula jawa, wisata edukasi peternakan kambing etawa, seni, dan sebagainya. Untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan desa setempat, pengembangan desa wisata diharapkan dapat meningkatkan produktivitas masyarakat, yang dapat mengurangi pengangguran, meningkatkan pertumbuhan ekonomi, memelihara kelestarian alam, sumber daya, dan kebudayaan, dan memberikan infrastruktur yang memadai (Darubekti et al., 2022).

*Brand* mencakup nama, tanda, istilah, rancangan, simbol, atau kombinasi dari semua itu untuk identifikasi barang, jasa atau kelompok dengan yang lain (Kotler & Kevin, 2012). Langkah pertama membangun nama (brand) adalah dengan membuat audiens merasa familiar dan mereka menyadari keberadaan sebuah nama di media sosial inilah yang disebut dengan brand awareness (Thimothy, 2020). Media cetak, digital, dan media sosial dapat digunakan untuk membranding komunitas seperti desa wisata. Beberapa media sosial yang paling populer termasuk Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, TikTok, dan YouTube. Penyebaran media sosial ke berbagai kalangan dan usia juga mengubah cara orang berperilaku, termasuk perusahaan di Indonesia yang memiliki dan menggunakan media sosial sebagai cara untuk memperoleh dan menyampaikan informasi. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta pada Januari 2023. Jumlah yang besar tersebut adalah potensi pasar digital yang dapat menjadi target audiens berbagai akun media sosial baik komersial maupun resmi pemerintahan. Media sosial (youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter) sangat berpengaruh terhadap kesadaran merek dan sangat penting untuk meningkatkan kesadaran merek dalam industri pariwisata berbasis swadaya masyarakat (Arisandi & Pradana, 2018).

Pengembangan desa wisata mungkin menjadi tantangan dalam praktiknya karena beberapa masalah yang dapat menghambatnya. Sulit bagi desa untuk mempertahankan pariwisatanya agar tetap lestari adalah salah satu masalah yang sering dihadapi. Oleh karena itu, pengembangan desa wisata membutuhkan kerja sama yang baik antara pemangku kepentingan dan pemerintah. Selain itu, pengelola desa wisata harus dipromosikan dan meningkatkan kapasitas SDM mereka. Saat ini, terdapat 17 pengurus dan 80 anggota mitra untuk menawarkan paket wisata mulai dari tour Jeep dan VW sampai dengan mitra *home industry*. Paket wisata yang ditawarkan sudah cukup jelas ditampilkan pada website <https://borobudurvillage.com> seperti gambar berikut:

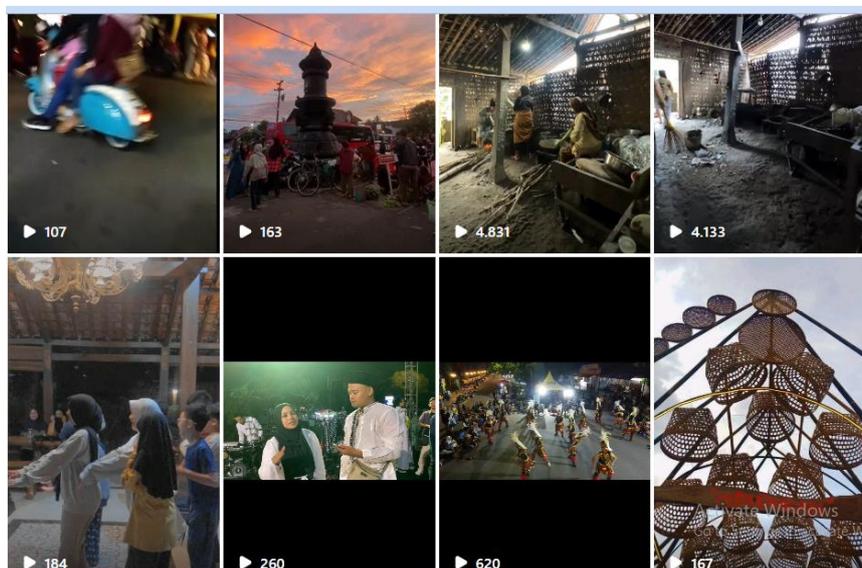


**Gambar 1. Tampilan Website Desa Wisata Borobudur**



**Gambar 2. Tampilan Akun Sosial Media Desa Wisata Borobudur**

Pada dasarnya, Desa Wisata Borobudur sudah memiliki akun media sosial termasuk Instagram, tetapi penting untuk mengelolanya dengan konsistensi untuk meningkatkan jumlah kunjungan ke website dan situs web. Pengelolaan yang baik dari website paket wisata juga perlu didukung dengan promosi di media sosial. Namun baru ada 11 reels video yang dapat diakses dan dilihat oleh pengguna Instagram dan 0 komentar. Hal tersebut menunjukkan rendahnya engagement rate dari media sosial Desa Wisata Borobudur.



**Gambar 3. Tampilan Reels Instagram**

Dengan demikian, pelatihan tentang cara membuat konten edukasi berbasis media sosial dapat membantu meningkatkan kesadaran merek Desa Wisata Borobudur. Pelatihan ini dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi edit video CapCut. Hasil kegiatan pelatihan edit video melalui CapCut pernah dilakukan di Sambas, dan hasilnya mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dasar ibu-ibu organisasi GOW Sambas (Wijaya et al., 2023). Pemilihan konten visual yang tepat seperti menunjukkan identitas desa wisata dan testimoni juga menjadi konten yang efektif untuk branding desa wisata (Hanindharputri et al., 2022). Dengan manajemen konten bertema edukasi, brand awareness dari sebuah media sosial desa wisata juga lebih meningkat (Satyawati et al., 2023). Aplikasi CapCut adalah salah satu aplikasi terbaik untuk membuat video dengan template-template yang menarik dan suara yang mendukung pembuatan video karena antarmuka penggunaannya yang mudah digunakan membuatnya mudah digunakan bahkan bagi orang yang tidak memiliki pengalaman

pengeditan video sebelumnya (Huizen et al., 2023). Berdasarkan latar belakang tersebut maka perlu diadakan pelatihan bagi pengelola Desa Wisata Borobudur mengenai bagaimana cara membuat bahan tayang berupa konten edukasi yang berbasis media sosial untuk meningkatkan brand awareness. Melalui pendampingan pemanfaatan aplikasi CapCut dalam pelatihan konten visual berupa bahan tayang edukasi berbasis video pendek diharapkan dapat meningkatkan jangkauan pengguna supaya lebih mengenal Desa Wisata Borobudur melalui media sosial dengan adanya *engagement rate* yang tinggi karena konten yang dibuat lebih berkualitas.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan pembuatan media edukasi berupa bahan tayang berbasis media sosial melalui aplikasi CapCut. Pelatihan dilaksanakan secara luring dengan pemaparan manfaat CapCut untuk media sosial, perancangan bahan tayang edukasi dan pengelolaan arsip video CapCut pada tanggal 11 Juni 2024 di Kantor Desa Wisata Borobudur dan diikuti oleh 20 peserta yang terdiri dari pemilik usaha kuliner, kerajinan, dan penyewaan volkswagen di Desa Wisata Borobudur. Secara umum, metode pelaksanaan keseluruhannya yaitu; (1) metode ceramah, digunakan untuk penyampaian materi pelatihan, (2) metode demonstrasi, digunakan untuk memperjelas materi yang disampaikan, di mana pemateri mendemostrasikan cara mendesain bahan tayang edukasi dengan menggunakan CapCut, (3) metode tanya jawab, digunakan sebagai sarana untuk memberikan kesempatan bagi para peserta untuk bertanya jika ada penjelasan yang kurang dipahami atau mengalami masalah dalam merancang bahan tayang video, dan (4) Metode praktik, digunakan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dan keterampilan peserta pelatihan dalam memanfaatkan CapCut untuk membuat bahan tayang edukasi berupa video. Hasil praktik peserta pelatihan diunggah di masing-masing platform media sosial yang mereka miliki.

**Tabel 1. Analisis Metode Pelaksanaan**

No.	Solusi	Rencana Kegiatan	Aktivitas	Partisipasi Mitra	Target Luaran
1.	Pengelolaan Media Sosial	Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial	Penyampaian materi social media management, diskusi dan tanya jawab	Mengikuti pelatihan pengelolaan konten media sosial	Reels pada Instagram tertata rapi sesuai tema (edukasi, hiburan, dan promosi)
2.	Keterampilan Pembuatan Bahan Tayang Edukasi	Pendampingan Penggunaan Aplikasi CapCut dalam Pembuatan Bahan Tayang Edukasi untuk Promosi di Media Sosial	Praktik pembuatan video edukasi melalui aplikasi CapCut untuk promosi	Membuat bahan tayang edukasi untuk promosi di media sosial Instagram berupa Reels dan Feeds.	Video pendek durasi 90 detik dengan kualitas video maksimal dan audio menggunakan lagu yang trending

**Sumber: Data Primer (2024)**

## HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada tanggal 10 Juni 2024 di Kantor Desa Wisata Borobudur yang terletak di Jl. Medang Kamulan No. 7, Dusun XIII, Borobudur, Kec. Borobudur, Kab. Magelang. Kegiatan dihadiri oleh 20 peserta yang merupakan mitra desa wisata dan terdiri dari pemilik usaha seperti kuliner, kerajinan tangan, sewa volkswagen dan juga pengurus desa wisata Borobudur. Adapun kegiatan dibagi menjadi 2 (dua) sesi pelaksanaan yaitu sesi pelatihan dengan pemberian materi melalui presentasi dan pendampingan dengan praktik langsung pada sesi yang kedua.

Sesi pertama dilakukan dengan presentasi dengan tujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam menciptakan konten video yang menarik dan berkualitas menggunakan aplikasi CapCut. Aplikasi ini dikenal sebagai alat editing video yang mudah digunakan dan efisien, cocok untuk membuat konten media sosial yang profesional dengan berbagai fitur yang tersedia. Materi pelatihan meliputi:

- a. Pengenalan CapCut dilakukan dengan menjelaskan user interface, fitur utama dan kelebihan penggunaan CapCut.
- b. Teknik Dasar Editing tentang cara memotong, menggabungkan, dan menata klip video. Penggunaan efek transisi dan penambahan musik latar.
- c. Adding Text and Graphics yaitu menambahkan teks, stiker dan elemen grafis untuk menambah daya tarik video.
- d. Penggunaan Filter dan Efek ibarat teknik meningkatkan kualitas visual video melalui filter dan efek yang tersedia.
- e. Pengoptimalan Konten dengan mengatur format dan resolusi video untuk berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.
- f. Live Practice melalui sesi latihan dimana peserta membuat video dari awal hingga selesai menggunakan CapCut.

Sesi kedua dilakukan dengan pendampingan penggunaan aplikasi CapCut dalam pembuatan bahan tayang edukasi untuk promosi di media sosial bertujuan untuk membantu individu atau organisasi dalam menciptakan konten video yang efektif dan menarik untuk tujuan promosi dan edukasi. CapCut, sebagai aplikasi editing video yang populer, menawarkan berbagai fitur yang memudahkan pembuatan video berkualitas tinggi dengan antarmuka yang user-friendly. Proses pendampingan dilakukan pada tahap perencanaan konten edukasi desa wisata yang meliputi teknik merancang naskah video edukasi dan strategi pemilihan gambar dan elemen visual yang mendukung pesan edukasi. Sehingga pada akhir sesi, peserta akan memahami bagaimana melakukan publikasi dan promosi melalui konten yang dibuat, dengan dua cara yaitu:

- a. Strategi distribusi dengan cara membagikan video melalui platform sosial media dan saluran pemasaran lainnya.
- b. Analisis dan evaluasi dengan memantau performa video, termasuk analisis engagement dan feedback dari audiens.

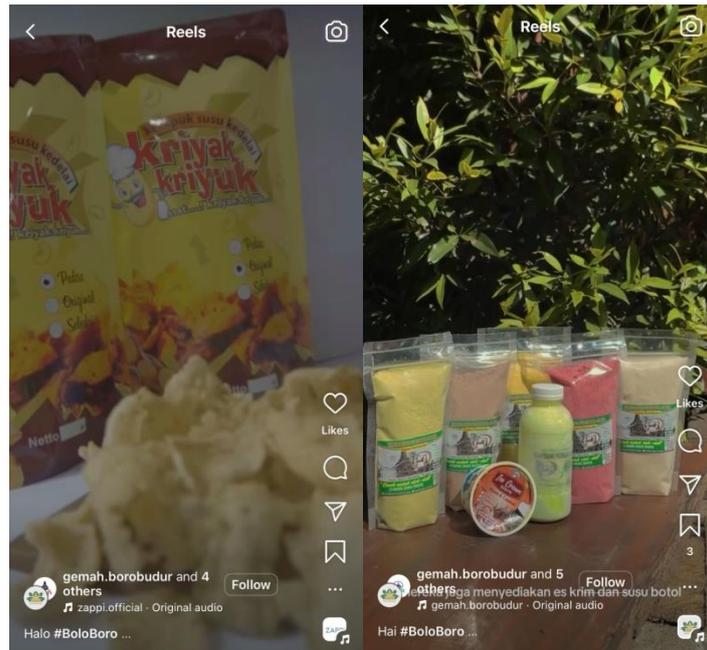


**Gambar 4. Praktik dan Pendampingan Pembuatan Bahan Tayang Edukasi**

Desa wisata yang ada saat ini di Borobudur, perlu terus ditingkatkan dalam promosinya, salah satunya dengan strategi penguatan *brand awareness* supaya masyarakat luas mengenal bahwa jika ke Borobudur, tidak hanya ke candinya, tapi juga ada desa wisatanya. Selaras dengan kerangka pembangunan daerah untuk pertumbuhan ekonomi kerakyatan, desa wisata perlu *go online* supaya semakin dikenal. Adapun solusi permasalahan yang dapat dilakukan adalah dengan pemanfaatan media sosial dengan pembuatan bahan tayang edukasi yang juga dapat sekaligus digunakan sebagai konten promosi desa wisata. Melalui bahan tayang berupa video yang edukatif, maka nama dari desa wisata akan semakin dikenal oleh pengguna media sosial. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, mitra petugas/perangkat Desa Wisata Borobudur berpartisipasi dalam mengikuti pelatihan pembuatan bahan tayang edukasi berbasis media sosial sebagai upaya penguatan *brand awareness* Desa Wisata Borobudur. Media berupa video edukasi yang dibuat dalam pelatihan dapat digunakan sebagai bahan konten untuk tujuan promosi di sosial media yang dimiliki oleh Desa Wisata Borobudur. Setelah mengikuti pelatihan, mitra dapat memanfaatkan aplikasi CapCut untuk membuat konten video edukasi. Dengan demikian mitra dapat memberikan dampak positif setelah mengikuti pelatihan. Penilaian indeks keberhasilan program pengabdian masyarakat ini adalah keaktifan pengurus desa wisata sebagai peserta pelatihan dengan mengikuti praktik pembuatan bahan tayang edukasi, mereka juga dapat mempublikasikannya di akun resmi media sosial desa wisata atau usaha yang mereka miliki sehingga *brand awareness* dari Desa Wisata Borobudur dapat menjadi lebih kuat dan dikenal oleh masyarakat luas. Berikut ini luaran dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan:

### **1. Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial Menggunakan Aplikasi CapCut**

Pada kegiatan ini dibagikan modul pelatihan kepada peserta. Hasil kegiatan pada sesi ini adalah peserta berhasil menguasai teknik dasar dan lanjutan dalam penggunaan CapCut, termasuk pemahaman fitur-fitur kunci dan penerapan efek yang sesuai. Peserta dapat membuat konten video yang lebih profesional dan menarik, sesuai dengan standar media sosial terkini. Feedback peserta menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap pelatihan ini, dengan banyak yang merasa lebih percaya diri dalam membuat dan mengedit video. Peserta mulai menerapkan keterampilan baru mereka dalam proyek pribadi atau pekerjaan, meningkatkan kualitas konten media sosial mereka. Aplikasi CapCut dapat digunakan untuk mempublikasikan karya dengan berbagai jenis video dan template yang telah disediakan. Kegiatan pelatihan pemanfaatan aplikasi CapCut terbukti dapat meningkatkan kemampuan edit video dari momen-momen penting sehingga video lebih menarik (Mursin et al., 2024).



**Gambar 5. Luaran Kegiatan Pembuatan Konten Melalui CapCut Berupa Video Reels Instagram**

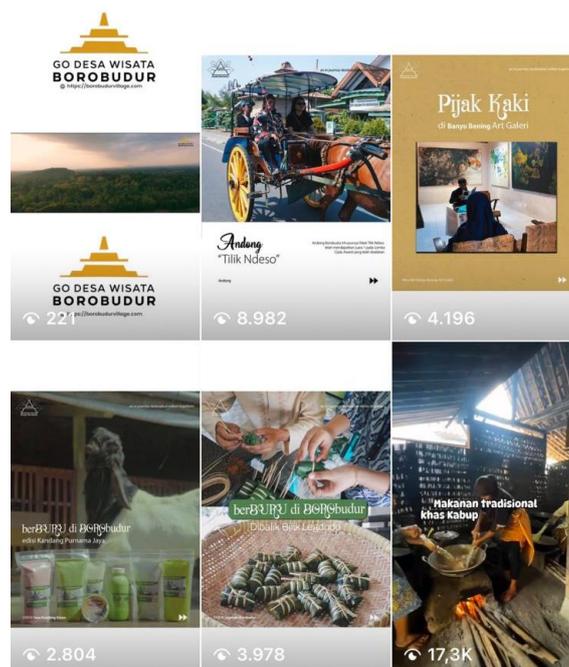


**Gambar 6. Luaran Pelatihan Pembuatan Caption dengan Copywriting untuk Reels Video Instagram**

## 2. Pendampingan Penggunaan Aplikasi CapCut dalam Pembuatan Bahan Tayang Edukasi untuk Promosi di Media Sosial

Melalui dua sesi saat pelatihan maka output dari kegiatan ini yaitu video promosi menjadi lebih berkualitas sehingga desa wisata akan memiliki video promosi yang menarik dan profesional. Setelah itu dengan adanya konten yang menarik, maka peningkatan brand awareness dapat tercapai melalui video yang dibagikan, desa wisata dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan

visibilitas. Pada akhirnya, peserta akan memiliki keterampilan dasar dalam mengedit video untuk keperluan promosi di masa depan khususnya untuk usaha mereka dan desa wisata Borobudur. Pendampingan dilakukan untuk memastikan bahwa konten yang dibuat diunggah pada waktu yang sesuai sehingga viral, dengan lagu yang sesuai dan memanfaatkan fitur tagging atau collaboration serta memanfaatkan Instagram Ads, sehingga jangkauan lebih luas dan viewers meningkat. Selain itu pendampingan juga dilakukan dalam menyusun perencanaan konten sesuai tema dan copywriting untuk pembuatan caption reels video Instagram. Pelatihan sejenis terkait CapCut juga telah terbukti mendapatkan respon yang baik dari peserta khususnya UMKM yang menggunakan aplikasi ini untuk membuat video pemasaran sebagai strategi promosi mereka di sosial media. Pelatihan serupa juga pernah dilakukan dan terbukti aplikasi CapCut dapat membantu Kawao Art Management untuk menghasilkan video berkualitas dan menarik untuk membangun citra brand di media sosial (Ismaun et al., 2023).



**Gambar 7. Luaran Kegiatan Manajemen Konten Akun Instagram dengan Optimasi Reels Video**

## KESIMPULAN DAN SARAN

Penguatan brand awareness Desa Wisata Borobudur dilakukan melalui pelatihan pembuatan bahan tayang edukasi menggunakan CapCut. Kegiatan tersebut dapat meningkatkan keterampilan pengelola desa wisata dan pemilik usaha dalam penggunaan platform editing video yang populer di kalangan generasi muda. Peserta pelatihan yang sebelumnya hanya mengelola Instagram untuk mengunggah foto produk barang dan jasa mereka, setelah pelatihan dan pendampingan mereka dapat menguasai teknik editing video menggunakan CapCut sehingga memungkinkan mereka untuk membuat konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi baik tentang usaha maupun Desa Wisata Borobudur. Konten visual sosial media yang berkualitas dari sebuah bisnis akan semakin menarik bagi penggunanya, termasuk desa wisata. Hal tersebut selanjutnya dapat berdampak pada *engagement rate* yang dapat menjadi ukuran peningkatan kesadaran akan merk atau brand dari sebuah akun media

sosial desa wisata. Peserta juga dapat mengembangkan kreativitas mereka dalam mempresentasikan keunikan dan keindahan Desa Wisata Borobudur melalui berbagai efek visual dan musik yang tersedia di CapCut. Melalui bahan tayang media edukasi berupa video singkat, Desa Wisata Borobudur dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam, terutama generasi muda yang aktif di platform media sosial sehingga dengan menyebarkan konten yang dibuat dari CapCut ke media sosial seperti Instagram, Desa Wisata dapat meningkatkan kehadiran dan ketertarikan masyarakat luas terhadap potensi pariwisata mereka. Adapun keberlanjutan program akan terus dilakukan melalui koordinasi Ketua Desa Wisata Borobudur dan pengelola usaha yang bergabung dalam kelompok desa wisata. Pengelolaan sosial media terus dilanjutkan dan konsisten supaya *brand awareness* Desa Wisata Borobudur terus meningkat dan dapat bersaing dengan desa wisata lainnya yang ada di Magelang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arisandi, D., & Pradana, M. N. R. (2018). Pengaruh Penggunaan Social Media Terhadap Brand Awareness Pada Objek Wisata Di Kota Batam. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 109–116. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.263>
- Aurelya, S., Hotiah, S., Aminah, S., Nofiani, D., Manajemen, J., Ekonomi, F., Bisnis, D., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2022). Strategi Promosi Menggunakan Sosial Media Untuk Mengoptimalkan Branding Desa Wisata. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 112–117.
- Darubekti, N., Hanum, S. H., Suryaningsih, P. E., & Waryenti, D. (2022). Peningkatan Literasi Digital Kelompok Sadar Wisata untuk Pengembangan Desa Wisata secara Berkelanjutan. *MITRA: Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 155–166.
- Hanindharputri, M. A., Ariesta, I. G. B. B. B., & Utami, S. (2022). Konten Visual Instagram Sebagai Upaya Branding Desa Wisata Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Bahasa Rupa*, 6(1), 90–98. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v6i1.1079>
- Huizen, L. M., Christioko, B. V., & ... (2023). Pemanfaatan Aplikasi Capcut Untuk Membuat Video Digital Marketing Sebagai Strategi Promosi Inovatif Produk Umkm. *Dimastik: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 133–145.
- Ismaun, Wajidi, F., & Quraisy, M. I. (2023). Peningkatan Kemampuan Personal Branding Melalui Aplikasi. *ABDIMAS UNIPOL : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, 78–82.
- Kotler, P., & Kevin, L. K. (2012). *Marketing Management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall, Inc.
- Mursin, Rimayasi, Rusdin, L. O., Zulzaman, & Badia, B. A. (2024). *Pelatihan Desain Menggunakan Aplikasi Capcut-Editor Video*. 2(1), 1–5. <https://doi.org/10.35326/pemadani.v8i4.5225>
- Satyawati, N. M., Wardani, K. D. K. A., & Gorda, A. A. N. E. S. (2023). Management Strategy Of Tiktok To Build Brand Awareness In Bkkbn Program Of Bali Province. *KAIBON ABHINAYA: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 100–107.
- Thimothy, S. (2020). *What is the difference between brand awareness and brand recognition*. <https://www.forbes.com/sites/theyec/2021/12/28/what-is-the-difference-between-brand-awareness-and-brand-recognition/?sh=16c52d5e2e3d>
- Wijaya, V., Sitompul, N., Mulyanto, U. H., & Wahyuni, S. (2023). Pelatihan Editing Video Menggunakan Aplikasi Smartphone CapCut Bagi Ibu-Ibu Gabungan Organisasi Wanita Sambas. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, Vol. 4 No.(Juni), 1343–1351.