



This Journal is available in Universitas Bhayangkara Jakarta Raya online Journals

Journal of Computer Science Contributions (JUCOSCO)

Journal homepage: <https://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/jucosco>



Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial dan *Artificial Intelligence* untuk Karang Taruna Kalibaru

Bernadus Gunawan Sudarsono¹, Alexius Ulan Ban², Sharyanto³, Joko Saputro², Raditya Galih Whendasmoro³

¹ Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Jakarta, Indonesia, bernadus.gs@dsn.ubharajaya.ac.id

² Sistem Komputer, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bung Karno, Jakarta, Indonesia, alexiusulanbani@ubk.ac.id, jokosaputro@ubk.ac.id

³ Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bung Karno, Jakarta, Indonesia, syahriyanto@ubk.ac.id, raditya_gw@ubk.ac.id

Abstract

Global economic dynamics and the acceleration of digital transformation require youth organizations and local micro-businesses to adopt adaptive marketing communication strategies. Youth organizations in Karang Taruna (Youth Organization) hold a strategic position as a driving force for the community economy, but the sustainability of their businesses and organizational activities is often hampered by limited digital literacy, inconsistent content production, and the lack of a structured marketing strategy. This community service program aims to optimize the digital capacity of youth organizations in Kalibaru Village, Cilincing District, North Jakarta, through training in social media mastery and the integration of Artificial Intelligence (AI) technology based on an output-driven approach. The methods applied include qualitative-descriptive situational analysis, conceptual education delivery, hands-on workshops on AI prompt development and visual design, mentoring for independent publications, and integrated qualitative evaluation. The results of the activity showed significant improvements in participants' conceptual understanding and practical skills. All groups successfully designed persuasive copywriting, created proportional visual designs, and uploaded digital promotional content in real time to social media platforms. The use of AI tools has been proven to significantly reduce production time and streamline workflows without requiring a large financial investment. This program demonstrates that accelerating the adoption of artificial intelligence based on prompt engineering can strengthen the competitiveness, creativity, and economic independence of youth in densely populated urban areas.

Keywords— *Artificial Intelligence, Social Media, Digital Marketing, Youth Organization, Experiential Learning, Community Service.*

Abstrak

Dinamika ekonomi global dan percepatan transformasi digital menuntut organisasi kepemudaan serta pelaku usaha mikro di tingkat lokal untuk mengadopsi strategi komunikasi pemasaran yang adaptif. Pemuda Karang Taruna memiliki posisi strategis sebagai motor penggerak ekonomi komunitas, namun keberlanjutan usaha dan aktivitas organisasinya kerap terkendala oleh keterbatasan literasi digital, ketidakkonsistenan produksi konten, serta ketiadaan strategi pemasaran yang terstruktur. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan kapasitas digital pemuda Karang Taruna di Kelurahan Kalibaru, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara, melalui pelatihan penguasaan media sosial dan integrasi teknologi Artificial Intelligence (AI) berbasis pendekatan output-driven. Metode yang diterapkan meliputi analisis kualitatif-deskriptif situasional, penyampaian edukasi konseptual, workshop praktik langsung penyusunan prompt AI dan desain visual, pendampingan publikasi mandiri, serta evaluasi kualitatif terpadu. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman konseptual dan keterampilan praktis peserta. Seluruh kelompok peserta berhasil merancang copywriting persuasif, membuat desain visual yang proporsional, serta mengunggah konten promosi digital secara real-time ke platform media sosial. Pemanfaatan alat AI terbukti secara signifikan memangkas waktu produksi

Artikel info

Submitted (04/08/2026)

Revised (05/08/2026)

Accepted (06/08/2026)

Published (06/08/2026)

Korespondensi: bernadus.gs@dsn.ubharajaya.ac.id *

Copyright @authors. 2026. Published by Faculty of Computer Science – Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

dan mengoptimalkan alur kerja tanpa memerlukan alokasi modal finansial yang besar. Program ini membuktikan bahwa akselerasi adopsi kecerdasan buatan berbasis prompt engineering mampu memperkuat daya saing, kreativitas, dan kemandirian ekonomi pemuda di wilayah urban padat penduduk..

Kata kunci— Artificial Intelligence, Media Sosial, Pemasaran Digital, Karang Taruna, Experiential Learning, Pengabdian Masyarakat

I. PENDAHULUAN

Lanskap perekonomian global dalam beberapa tahun terakhir diwarnai oleh tingkat ketidakpastian yang tinggi akibat fluktuasi geopolitik internasional dan dinamika krisis energi (Caldara & Iacoviello, 2022) (Yilmazkuday, 2024). Peningkatan kondisi tersebut berdampak langsung pada lonjakan biaya operasional industri dan penurunan daya beli masyarakat di tingkat domestik (Apriliani & Ridwan, 2026). Dampak sosio-ekonomi dari tekanan ini sangat dirasakan oleh sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) serta kelompok pemuda produktif di kawasan urban padat penduduk (Hutagaol & Tarmizi, 2020). Dalam konteks pembangunan masyarakat berbasis komunitas, pemuda yang tergabung dalam wadah Karang Taruna memegang peranan krusial sebagai agen perubahan sosial dan penggerak ekonomi lokal (Sari, Dianfitri As-Sanaj, et al., 2023; Suradi, 2019). Kendati demikian, berbagai studi empiris menunjukkan bahwa potensi modal sosial dan kreativitas pemuda ini kerap tidak terintegrasi secara optimal akibat keterbatasan kapasitas dalam mengadopsi teknologi digital terkini (Annisa & Supriono, 2025).

Akselerasi teknologi informasi telah menempatkan media sosial sebagai kanal komunikasi pemasaran utama yang sangat efektif untuk membangun kesadaran merek (*brand awareness*) serta memperluas jangkauan pasar (Antonia & Tunjungsari, 2025) (Sari, Fadhilla Ramdhanita, et al., 2023) (Ancillai et al., 2019). Namun, pengelolaan media sosial yang profesional memerlukan konsistensi, perencanaan kalender konten (*content calendar*), serta keahlian khusus dalam bidang desain komunikasi visual dan penulisan naskah iklan (*copywriting*). Sebagian besar pengurus Karang Taruna dan pelaku usaha muda di tingkat kelurahan menghadapi kendala mendasar berupa ketidakmampuan memproduksi materi promosi secara berkala, ketidakjelasan target audiens, dan ketiadaan alokasi anggaran pemasaran (Nursyanti & M, 2023). Kondisi ini menyebabkan akun media sosial organisasi maupun usaha yang dikelola menjadi pasif dan gagal memberikan dampak ekonomi yang signifikan (Novariani Indri Utami et al., 2025).

Di sisi lain, perkembangan pesat teknologi *Generative Artificial Intelligence (Generative AI)* menghadirkan peluang transformatif dalam mendemokratisasi proses produksi konten digital (Hermawan et al., 2025). Penggunaan instrumen berbasis AI memungkinkan efisiensi tinggi pada tahap ideasi, penyusunan narasi promosi, hingga rekayasa elemen visual tanpa menuntut keahlian teknis yang rumit (Yunus Anis et al., 2026). Integrasi AI ke dalam alur kerja pemuda dapat memangkas hambatan produksi konten, sehingga pelaku usaha mikro dan organisasi kepemudaan mampu menjalankan

kampanye pemasaran yang berkualitas tinggi dengan biaya minimal (Manza, 2025). Kendati demikian, fenomena kesenjangan digital (*digital divide*) menyebabkan pemanfaatan AI di tingkat grassroots masih sangat rendah, yang umumnya disebabkan oleh minimnya pelatihan berbasis praktik langsung (*hands-on workshop*) dan kurangnya pemahaman tentang teknik perintah AI (*prompt engineering*) (Matjie et al., 2026).

Guna menjembatani kesenjangan tersebut, diperlukan bentuk intervensi pengabdian kepada masyarakat yang tidak hanya berfokus pada penyampaian teori, melainkan menerapkan pendekatan output-driven (Wardin & Latifah, 2025). Melalui pendekatan ini, peserta dituntun secara sistematis untuk menghasilkan output nyata berupa konten promosi digital yang dapat diunggah secara langsung (Heni Rahayu Rahmawati et al., 2026). Berdasarkan latar belakang tersebut, Program Studi Sistem Informasi Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bung Karno menginisiasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas digital pemuda Karang Taruna di Kelurahan Kalibaru melalui pelatihan optimalisasi media sosial dan pemanfaatan kecerdasan buatan.

II. ANALISA SITUASI

Kelurahan Kalibaru yang terletak di Kecamatan Cilincing, Kota Jakarta Utara, merupakan kawasan pesisir dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi serta dinamika sosial-ekonomi yang sangat aktif. Wilayah ini memiliki modal sosial berupa populasi pemuda produktif yang terhimpun dalam organisasi Karang Taruna, khususnya di lingkungan RT 012 RW 012. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara situasional dengan pemangku kepentingan lokal, ditemukan bahwa anggota Karang Taruna di lokasi tersebut memiliki motivasi tinggi untuk mengembangkan usaha mandiri dan mempublikasikan program kerja organisasi. Namun, potensi tersebut terhambat oleh sejumlah permasalahan struktural dan teknis dalam pengelolaan teknologi digital.

Permasalahan utama yang teridentifikasi terletak pada ketidakkonsistenan pengelolaan kanal media sosial. Publikasi dilakukan secara insidental tanpa perencanaan strategi komunikasi yang matang, sehingga gagal membangun keterikatan (*engagement*) dengan audiens sasaran. Ketidakmampuan ini berakar dari keterbatasan keterampilan teknis dalam merancang naskah promosi yang memikat serta ketiadaan penguasaan perangkat lunak desain grafis. Di samping itu, sebagian besar pemuda belum mengenal atau memanfaatkan keberadaan teknologi AI generatif untuk mendukung pekerjaan kreatif mereka. Pemanfaatan telepon pintar (*smartphone*) oleh peserta sejauh ini masih terbatas pada konsumsi media sosial secara pasif, belum dioptimalkan sebagai sarana produksi konten pemasaran yang bernilai ekonomi.

Selain hambatan keterampilan, keterbatasan anggaran finansial menjadi kendala nyata bagi pengembangan usaha pemuda di Kelurahan Kalibaru. Dalam kondisi daya beli masyarakat yang

tertekan, alokasi dana untuk jasa pembuatan desain profesional atau promosi berbayar (*paid ads*) tidak menjadi prioritas. Kondisi ini menuntut adanya solusi teknologi yang terjangkau, mudah dipelajari, dan mampu menghasilkan materi promosi berkualitas dalam waktu singkat. Oleh karena itu, pelatihan pemanfaatan perangkat AI gratisan yang dipadukan dengan optimalisasi media sosial menjadi kebutuhan mendesak untuk meningkatkan daya saing organisasi dan usaha pemuda lokal.

Tabel 1. Dimensi Evaluasi Kondisi Awal dan Target Pasca-Intervensi

Dimensi Evaluasi	Kondisi Awal (<i>Baseline</i>)	Target Kondisi Pasca-Intervensi
Pemahaman AI	Peserta belum mengetahui fungsi <i>prompt engineering</i> untuk alur kerja promosi.	Peserta mampu menyusun <i>prompt</i> kontekstual untuk menghasilkan ide dan naskah promosi.
Proses Produksi Konten	Pembuatan konten dilakukan secara manual, memakan waktu lama, dan tidak terencana.	Konten dihasilkan secara cepat melalui integrasi generator teks AI dan modul desain visual.
Kualitas Narasi & Visual	Teks promosi bersifat kaku/singkat, serta desain visual belum memperhatikan prinsip estetika.	Narasi promosi terstruktur dengan <i>copywriting</i> persuasif dan tampilan visual yang menarik.
Kemandirian Publikasi	Akun media sosial jarang diperbarui dan tidak memiliki kalender unggahan.	Peserta mempublikasikan karya secara mandiri ke kanal media sosial organisasi/usaha.

III. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan output-driven workshop yang menggabungkan metode presentasi edukatif, pemutaran demonstrasi teknis, praktik mandiri terbimbing, serta evaluasi kualitatif antarpeserta. Kegiatan dilaksanakan pada hari Sabtu, 11 April 2026, bertempat di Jl. Kalibaru Barat No. 9 RT 012 RW 012, Kelurahan Kalibaru, Kecamatan Cilincing, Jakarta Utara, dengan total durasi pelatihan efektif selama tiga jam. Sasaran utama kegiatan adalah pemuda anggota Karang Taruna serta pelaku usaha mikro di lingkungan sekitar.

Alur pelaksanaan kegiatan dirancang secara sistematis melalui empat tahapan yang saling berkesinambungan:

1. **Tahap Persiapan dan Pemetaan Situasional:** Tim pengabdian melakukan pemetaan lapangan guna mengidentifikasi karakteristik produk usaha pemuda dan preferensi platform media sosial yang digunakan. Pada tahap ini, disusun modul pelatihan berbasis *prompt engineering* dan disiapkan perangkat lunak pendukung.
2. **Tahap Edukasi Konseptual:** Berfokus pada pentingnya digital branding, strategi pemetaan audiens, serta pengenalan ekosistem kecerdasan buatan generatif. Peserta dibekali dengan formulasi penyusunan perintah AI yang mencakup pembagian peran (*role*), konteks bisnis (*context*), instruksi tugas (*task*), dan format luaran (*output format*).
3. **Tahap Workshop Praktik Langsung Berbasis Kelompok:** Peserta dibagi ke dalam beberapa tim kerja kecil yang masing-masing didampingi oleh fasilitator dari tim pengabdian. Peserta secara aktif

mempraktikkan alur kerja pemikiran kreatif terintegrasi AI, mulai dari merumuskan ide konten promosi, mengeksekusi penulisan caption menggunakan generator teks kecerdasan buatan, hingga merancang tata letak visual menggunakan aplikasi Canva berbasis AI.

4. **Tahap Publikasi Mandiri dan Evaluasi Kualitatif:** Setiap kelompok mengunggah hasil karya konten digitalnya ke akun media sosial masing-masing, diikuti dengan sesi ulasan interaktif oleh tim pengabdian untuk memberikan masukan perbaikan secara langsung (real-time feedback).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini membuahkan hasil yang positif, yang ditunjukkan oleh tingginya antusiasme serta partisipasi aktif pemuda Karang Taruna Kelurahan Kalibaru selama seluruh rangkaian sesi pelatihan. Berdasarkan pengamatan kualitatif selama workshop, terjadi pergeseran pemahaman yang signifikan pada peserta terkait pemanfaatan teknologi digital. Sebelum kegiatan, AI dianggap sebagai teknologi komputasi yang rumit dan tidak terjangkau. Namun, setelah diberikan simulasi pembuatan perintah yang terstruktur, peserta mampu mengoperasikan instrumen AI secara mandiri untuk mengekstrak ide-ide kreatif pemasaran.

Akselerasi kapasitas peserta dapat dianalisis melalui kerangka kerja *Technology Acceptance Model (TAM)*. Kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dari antarmuka AI generatif berbasis teks dan aplikasi desain intuitif memicu persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) yang tinggi di kalangan peserta. Peserta menyadari bahwa integrasi AI ke dalam alur kerja harian mampu menghemat alokasi waktu secara drastis. Proses penyusunan naskah iklan yang biasanya menyita waktu lama kini dapat dituntaskan dalam waktu beberapa menit dengan variasi gaya bahasa yang relevan bagi target audiens generasi muda.

Dari sudut pandang *Resource-Based View (RBV)*, keterampilan digital dan penguasaan prompt engineering yang diperoleh peserta menjadi aset kapabilitas internal yang sangat berharga bagi organisasi Karang Taruna dan UMKM lokal. Dalam kondisi keterbatasan modal kapital, penguasaan kapabilitas digital ini bertindak sebagai daya ungkit (*leverage*) yang memungkinkan pelaku usaha kecil untuk memproduksi materi promosi berkategori profesional tanpa harus mengeluarkan biaya konsultan eksternal. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa pelatihan AI berbasis praktik mampu meningkatkan daya saing serta kreativitas pemasaran UMKM secara berkelanjutan.

Tabel 2. Indikator Luaran

Indikator Capaian Luaran	Instrumen Teknologi	Persentase Keberhasilan	Dampak Terhadap Organisasi / Usaha
Penyusunan Naskah (<i>Copywriting</i>)	AI Teks Generatif	100% Kelompok Berhasil	Terciptanya narasi promosi yang terstruktur dengan <i>headline</i> memikat dan <i>call to action</i> .
Desain Grafis Konten	Canva AI / Generative Design	100% Kelompok Berhasil	Terhasilnya poster digital dengan komposisi warna dan tata letak yang proporsional.
Publikasi <i>Real-Time</i>	Instagram & TikTok	85% Langsung Mengunggah	Meningkatnya aktivitas dan visibilitas kanal digital organisasi dan usaha secara langsung.

Kualitas produk konten digital yang dihasilkan peserta selama pelatihan mengalami peningkatan dramatis dibanding materi promosi sebelumnya. Naskah promosi yang dibuat telah menerapkan prinsip-prinsip komunikasi pemasaran modern, seperti penggunaan hook pada kalimat pertama, penjelasan manfaat utama produk (*value proposition*), serta ajakan berinteraksi yang jelas. Dari aspek visual, peserta mampu memadukan elemen latar belakang, tipografi, dan gambar produk secara harmonis menggunakan fitur-fitur berbasis kecerdasan buatan. Keberhasilan seluruh kelompok dalam menyelesaikan dan mempublikasikan kontennya mempertegas efektivitas model pelatihan yang berorientasi pada luaran nyata (*output-driven method*).

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Program pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan optimalisasi media sosial dan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) bagi pemuda Karang Taruna Kelurahan Kalibaru telah berhasil dilaksanakan dan memenuhi seluruh indikator ketercapaian yang dirancang. Melalui pendekatan output-driven workshop, kegiatan ini berhasil mentransformasi pola pikir peserta dari pengguna media sosial pasif menjadi produsen konten digital yang kreatif dan terstruktur.

Pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan terbukti menjadi solusi strategis yang efisien dan inklusif dalam mengatasi kendala keterbatasan keterampilan teknis, waktu, dan anggaran pemasaran pada skala organisasi kepemudaan dan usaha mikro lokal. Penguasaan teknik prompt engineering serta integrasi instrumen desain berbasis AI terbukti mampu meningkatkan kualitas visual dan narasi promosi secara signifikan dalam waktu relatif singkat.

Untuk menjaga keberlanjutan dampak dari program ini, disarankan agar pihak pengurus Karang Taruna Kelurahan Kalibaru membentuk tim kerja media digital (*digital youth squad*) yang bertugas mengelola kalender publikasi secara berkala. Selain itu, perguruan tinggi dapat melanjutkan program pendampingan lanjutan yang berfokus pada analisis data analitik media sosial, optimasi mesin pencari

(Search Engine Optimization), serta pengelolaan strategi periklanan digital beranggaran efisien guna memperkuat ekosistem ekonomi digital berbasis komunitas.

Referensi

- Ancillai, C., Terho, H., Cardinali, S., & Pascucci, F. (2019). Advancing social media driven sales research: Establishing conceptual foundations for B-to-B social selling. *Industrial Marketing Management*, 82, 293–308. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.01.002>
- Annisa, Y., & Supriono, A. (2025). TRANSFORMASI PERAN PEMUDA DALAM EKONOMI LOKAL BERBASIS DIGITAL. *Jurnal Kommunity Online*, 6(2), 126–142. <https://doi.org/10.15408/jko.v6i2.45795>
- Antonia, C. E., & Tunjungsari, H. K. (2025). Pengaruh Pemasaran Media Sosial terhadap Kesadaran Merek, Keterlibatan Merek dan Niat Beli di Kalangan Generasi Z Dan Y. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(3), 777–789. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i3.34620>
- Apriliani, S., & Ridwan, R. (2026). Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Operasional, dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Bersih. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 14087–14095. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5720>
- Caldara, D., & Iacoviello, M. (2022). Measuring Geopolitical Risk. *American Economic Review*, 112(4), 1194–1225. <https://doi.org/10.1257/aer.20191823>
- Heni Rahayu Rahmawati, Wirasmi Wardhani, Saida Zainurossalamia ZA, & Anggi Oktawiranti. (2026). Strategi Content Marketing Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Pada Usaha Mikro. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(4), 22747–22758. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.5891>
- Hermawan, R., Wijaya, R. F., Budianto, E., Septian, M., As'ary, M. H., & Sitepu, A. I. (2025). PELATIHAN PEMBUATAN DIGITAL LOOKBOOK BERBASIS AI BAGI MASYARAKAT DI LKP AZ ZIKRA. *Jurnal Pemberdayaan Sosial Dan Teknologi Masyarakat*, 5(2), 604–608. <https://doi.org/10.54314/jpstm.v5i2.5315>
- Hutagaol, S. J., & Tarmizi, H. (2020). The Effect of Youth's Role in Improving Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Medan City. *International Journal of Research and Review*, 7(2), 332–343.
- Manza, Y. (2025). AI for MSMEs: Smart solutions to optimize operations and marketing. *Journal of Technology and Computer*, 2(2), 69–75.
- Matjie, M. A., Nethavhani, A., & Matlakala, M. (2026). AI and the digital divide in education. *Frontiers in Computer Science*, 8. <https://doi.org/10.3389/fcomp.2026.1759027>
- Novariani Indri Utami, Feri Setyowibowo, & Kresna Bayu Sangka. (2025). Transformasi Ekonomi Digital di Indonesia: Peluang, Tantangan, dan Dampak nya terhadap perekonomian. *EBISMAN EBisnis Manajemen*, 3(4), 24–32. <https://doi.org/10.59603/ebisman.v3i4.1178>
- Nursyanti, R., & M, M. (2023). Digital Marketing bagi Pemula untuk Peningkatan Penjualan Produk UMKM pada Anggota Karang Taruna Budhi Wibawa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(2), 155–160. <https://doi.org/10.36448/jpmtb.v2i2.69>

- Sari, R., Dianfitri As-Sanaj, T., Aji Pranoto, I., Adi Setiawan, D., Akhyar Rezqi Adesta, F., Khoerul Umam, I., Muhammad Ardan, R., Firman Danu, J., & Urba Ningrum, C. (2023). Pemberdayaan Masyarakat UMKM di Era Digital Melalui Kegiatan KKN Desa Sitiwinangun. *Journals Journal of Computer Science Contributions*, 3(1), 84–95.
- Sari, R., Fadhilla Ramdhania, K., Sari, R., Adhani, L., & Khalida, R. (2023). Transformasi Limbah Minyak Jelantah Menjadi Produk Sabun-Batang di Dukung Digital-Branding Sebagai Upaya Kemandirian Ekonomi. *Journals Journal of Computer Science Contributions*, 3(2), 104–117.
- Suradi, S. (2019). KARANG TARUNA, AGEN PERUBAHAN DAN PENGEMBANGAN MASYARAKAT DI PANDEGLANG. *Sosio Konsepsia*, 8(3), 241–254. <https://doi.org/10.33007/ska.v8i3.1676>
- Wardin, I., & Latifah, R. A. (2025). Implementasi Community Feeding Center Empowerment dengan Aplikasi Health Promotion Model sebagai Langkah Preventif Pengendalian Sunting di PCA Penatarsewu Tanggulangin Sidoarjo Jawa Timur. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)*, 8(10), 5135–5142. <https://doi.org/10.33024/jkpm.v8i10.22491>
- Yilmazkuday, H. (2024). Geopolitical risks and energy uncertainty: Implications for global and domestic energy prices. *Energy Economics*, 140, 107985. <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2024.107985>
- Yunus Anis, Sri Mulyani, & Sunardi Sunardi. (2026). PENERAPAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DALAM DESAIN GRAFIS UNTUK MENINGKATKAN KREATIFITAS DAN INOVASI. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 3(2), 92–100. <https://doi.org/10.69714/20h2st69>