

Peningkatan Kemandirian Ekonomi Perempuan melalui Pelatihan Konten Kreator Online

Rina Septiriana*¹, Tursina¹, Yulianti¹, Helen Sastypratiwi¹, Izuardo Zulkarnain¹

rinaseptiriana@informatika.untan.ac.id*

¹Program Studi Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Tanjungpura

Received: 12 April 2026

Accepted: 30 Juni 2026

Online Published: 30 Juli 2026

DOI: 10.29408/ab.v7i1.34557

Abstrak: Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kemandirian ekonomi perempuan di Kabupaten Bengkayang melalui pelatihan konten kreator dan bisnis online. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 11 Agustus 2025 di Aula Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bengkayang dengan melibatkan 30 peserta perempuan yang berasal dari berbagai latar belakang profesi, yaitu ibu rumah tangga (60%) dan pekerja swasta (40%), dengan rentang usia 25 hingga 45 tahun. Metode yang digunakan mencakup pemaparan materi, praktik langsung (*hands-on workshop*), dan sesi diskusi interaktif. Materi pelatihan meliputi teknik pengambilan foto produk menggunakan *smartphone*, penggunaan aplikasi *Canva* dan *CapCut*, penulisan *copywriting* yang efektif, strategi pemasaran media sosial, serta pembangunan jiwa wirausaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 100% peserta berhasil mempraktikkan materi dengan membuat konten promosi produk pertama mereka. Kegiatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan digital peserta dan memberikan fondasi yang kuat bagi pengembangan bisnis online mereka.

Kata kunci: Bisnis Online; Ekonomi Perempuan; Kemandirian Ekonomi; Konten Kreator; Literasi Digital

Abstract: This Community Service activity aims to improve digital literacy and economic independence of women in Bengkayang Regency through content creator and online business training. The activity was carried out on August 11, 2025 at the Hall of the Bengkayang Regency Library and Archives Service involving 30 female participants from various professional backgrounds, namely housewives (60%) and private sector workers (40%), with an age range of 25 to 45 years. The methods used include material presentation, hands-on workshop, and interactive discussion sessions. Training materials include product photography techniques using smartphones, use of Canva and CapCut applications, effective copywriting, social media marketing strategies, and entrepreneurial mindset building. The results showed that 100% of participants successfully practiced the material by creating their first product promotional content. This activity proved effective in improving participants' digital skills and providing a strong foundation for their online business development.

Keyword: Content Creator; Digital Literacy; Online Business; Women Economic Independence; Women Empowerment

PENDAHULUAN

Dalam era dinamika sosial dan ekonomi yang terus berkembang, peran kreativitas dan inovasi menjadi semakin penting dalam memperkaya kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang yang sangat luas bagi masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam ekonomi global, tidak terkecuali bagi perempuan yang selama ini menghadapi berbagai keterbatasan dalam mengakses sumber daya ekonomi konvensional.

Kemunculan ekonomi kreator (*creator economy*) menjadi salah satu fenomena paling signifikan dalam dekade terakhir, di mana individu dapat menghasilkan pendapatan melalui pembuatan dan distribusi konten digital yang mencerminkan minat, keahlian, maupun kehidupan sehari-hari mereka (Li, 2025). Platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Xiaohongshu telah menjadi ruang bagi perempuan untuk membangun citra kemandirian dan kreativitas yang dapat dimonetisasi melalui berbagai strategi kewirausahaan digital (Wang, 2025). Namun demikian, perempuan yang terlibat dalam pembuatan konten secara online kerap menghadapi tantangan struktural seperti ketidaksetaraan algoritmik yang membatasi jangkauan konten mereka hingga kondisi kerja yang tidak stabil (Williams et al., 2025).

Salah satu aplikasi yang relevan dalam konteks ini adalah Canva, sebuah platform desain grafis yang telah terbukti efektif digunakan oleh pengguna pemula untuk menghasilkan konten visual yang menarik. Canva dinilai mampu mendorong kreativitas, efisiensi, dan kemampuan komunikasi visual penggunanya berkat antarmuka yang intuitif dan ketersediaan templat yang beragam (Catubig et al., 2024; Miranda & Enciso, 2023). Kemudahan penggunaannya menjadikan Canva sangat relevan untuk diterapkan dalam pelatihan berbasis masyarakat, terutama bagi peserta yang belum memiliki latar belakang desain sebelumnya (Ngoc & Nguyen, 2025). Dalam kegiatan PKM ini, Canva digunakan bersama CapCut sebagai dua aplikasi utama untuk pembuatan konten visual dan pengeditan video promosi produk yang siap dipublikasikan di media sosial.

Pelatihan berbasis digital terbukti secara empiris mampu meningkatkan keterampilan perempuan dalam pemasaran digital dan pengelolaan bisnis online, sekaligus membantu mereka mengatasi hambatan tradisional seperti keterbatasan finansial dan akses pendidikan (Lashgari et al., 2024). Metode pembelajaran berbasis praktik langsung (*hands-on learning*) terbukti lebih efektif dalam mengembangkan keterampilan kewirausahaan dibandingkan metode konvensional (De et al., 2025). Dalam kegiatan PKM ini, pelatihan dirancang secara khusus menggunakan dua aplikasi utama, yaitu Canva untuk pembuatan konten visual dan desain promosi produk, serta CapCut untuk pengeditan video pendek yang siap dipublikasikan di media sosial. Kedua aplikasi ini dipilih karena bersifat gratis, mudah dioperasikan melalui smartphone, dan memiliki fitur yang lengkap untuk kebutuhan pemasaran digital tingkat pemula. Program pelatihan berbasis komunitas yang disertai pendampingan pascapelatihan juga terbukti memberikan dampak ekonomi yang nyata dan berkelanjutan (Al Zarliani et al., 2025), sementara Buvinić & O'Donnell (2019) menegaskan bahwa faktor gender harus menjadi pertimbangan utama dalam perancangan program pemberdayaan ekonomi perempuan. Kabupaten Bengkayang, sebagai salah satu kabupaten di Provinsi Kalimantan Barat yang

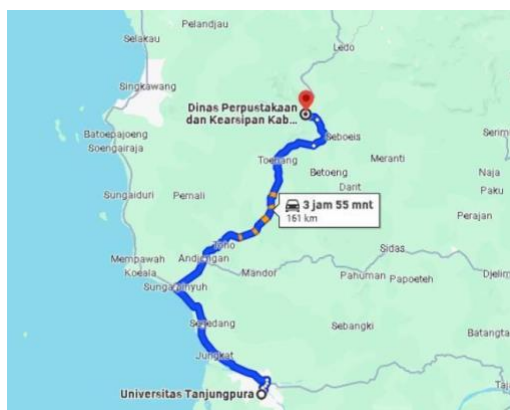
berbatasan langsung dengan Malaysia, memiliki potensi sumber daya lokal yang besar namun belum dimanfaatkan secara optimal. Banyak perempuan produktif di wilayah ini telah memiliki produk yang siap dipasarkan, seperti kuliner rumahan, kerajinan tangan lokal, dan produk fesyen, namun keterbatasan keterampilan digital menjadi hambatan utama bagi mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Kondisi ini diperparah oleh terbatasnya infrastruktur internet dan norma sosial yang kadang membatasi mobilitas perempuan dalam mengakses peluang ekonomi (Haoucha, 2024; Rajeev & Bhandarkar, 2022). Keberadaan Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bengkayang sebagai pusat layanan publik menjadi modal penting untuk mendorong literasi digital berbasis komunitas, sejalan dengan temuan bahwa pusat layanan digital berbasis komunitas secara signifikan meningkatkan kapabilitas perempuan dalam memanfaatkan teknologi untuk tujuan ekonomi.

Berdasarkan analisis kebutuhan yang dilakukan sebelum pelaksanaan program, ditemukan beberapa permasalahan utama, antara lain: (1) rendahnya keterampilan digital dan pengetahuan bisnis online; (2) keterbatasan akses terhadap perangkat teknologi, internet, dan modal usaha; (3) kurangnya kepercayaan diri untuk memulai bisnis online; serta (4) absennya strategi pemasaran yang terstruktur meskipun sekitar 40% peserta sudah memiliki produk yang siap jual. Oleh karena itu, program PKM ini dirancang untuk menjawab kesenjangan tersebut melalui pelatihan konten kreator dan bisnis online yang memanfaatkan aplikasi Canva dan CapCut sebagai media utama pembelajaran, dengan tujuan memberdayakan perempuan di Kabupaten Bengkayang agar mampu berperan aktif dalam ekonomi digital dan meningkatkan kesejahteraan diri serta keluarga mereka.

METODE PELAKSANAAN

Waktu dan Lokasi

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada hari Senin, 11 Agustus 2025, bertempat di Aula Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bengkayang, Jalan Basuki Rahmat No. 69 Kabupaten Bengkayang, Provinsi Kalimantan Barat. Jarak dari Universitas Tanjungpura ke lokasi kegiatan sekitar 161 km dan dapat ditempuh dengan kendaraan dalam waktu sekitar 3 jam 55 menit, diperjelas oleh peta lokasi dalam gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. Jarak Lokasi Kegiatan Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kabupaten Bengkayang Dari Universitas Tanjungpura.

Kegiatan dihadiri oleh 30 orang peserta yang seluruhnya adalah perempuan, terdiri dari ibu rumah tangga (60% atau 18 orang) dan pekerja swasta (40% atau 12 orang), dengan rentang usia 25 hingga 45 tahun. Tim pelaksana terdiri dari 5 orang dosen Jurusan Informatika Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura dan 2 orang mahasiswa.

Prosedur Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PKM mengikuti alur yang terstruktur sesuai dengan gambar 2, meliputi beberapa tahapan berikut:

1. Tahap Sosialisasi: Penyebaran informasi kegiatan melalui pengumuman di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan, media sosial, dan jaringan komunitas perempuan di Kabupaten Bengkayang.
2. Tahap Perencanaan dan Pembuatan Materi Pelatihan: Penyusunan materi pelatihan yang relevan berdasarkan hasil analisis kebutuhan, mencakup topik pembuatan konten, pemasaran digital, dan pengelolaan bisnis online.
3. Tahap Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan: Pelaksanaan pelatihan secara intensif mencakup sesi pemaparan materi, praktik langsung (*hands-on workshop*), dan diskusi interaktif.
4. Tahap Pembuatan Laporan: Penyusunan laporan awal dan laporan akhir sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan kegiatan.
5. Tahap Evaluasi Program: Penilaian efektivitas pelatihan berdasarkan umpan balik peserta dan observasi selama kegiatan berlangsung.



Gambar 2. Diagram Alir Pelaksanaan Program

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

1. Karakteristik Peserta

Kegiatan pelatihan diikuti oleh 30 peserta perempuan dengan rentang usia 25–45 tahun. Peserta terdiri atas ibu rumah tangga sebanyak 18 orang (60%) dan pekerja swasta sebanyak 12 orang (40%). Komposisi peserta menunjukkan bahwa kegiatan menjangkau perempuan dengan latar belakang aktivitas ekonomi yang beragam.

Tabel 1. Karakteristik peserta pelatihan berdasarkan pekerjaan

No.	Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase
1	Ibu rumah tangga	18	60%
2	Pekerja swasta	12	40%
Total		30	100%

Data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas peserta merupakan ibu rumah tangga (60%), sedangkan 40% lainnya merupakan pekerja swasta. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya ditujukan kepada perempuan yang telah menjalankan aktivitas usaha, tetapi juga kepada kelompok perempuan yang berpotensi mengembangkan aktivitas ekonomi melalui pemanfaatan teknologi digital.

2. Kondisi Awal Peserta

Analisis kebutuhan sebelum pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa sekitar 40% peserta telah memiliki produk atau jasa yang siap dipasarkan. Namun, pemasaran produk masih dilakukan secara terbatas dan belum menggunakan strategi promosi media sosial secara terstruktur. Selain itu, permasalahan yang diidentifikasi mencakup keterbatasan keterampilan digital dan pengetahuan bisnis online, keterbatasan akses terhadap teknologi dan modal usaha, serta kurangnya kepercayaan diri untuk memulai bisnis online

Tabel 2. Kondisi Awal Peserta Berdasarkan Kesiapan Produk

Kondisi awal	Persentase	Keterangan
Memiliki produk/jasa siap dipasarkan	±40%	Produk telah tersedia tetapi pemasaran belum dilakukan secara terstruktur melalui media sosial
Belum memiliki produk/jasa siap dipasarkan	±60%	Membutuhkan penguatan keterampilan dan pengetahuan untuk mendukung aktivitas bisnis digital

Pelaksanaan pelatihan dirancang dalam bentuk kombinasi penyampaian materi, praktik langsung, pendampingan, dan diskusi. Pendekatan tersebut dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai pemasaran digital, tetapi juga dapat langsung menerapkan keterampilan yang dipelajari menggunakan perangkat yang tersedia. Materi diberikan oleh dua narasumber dengan fokus yang saling melengkapi. Narasumber pertama menyampaikan materi mengenai langkah awal menjadi konten kreator pemula, meliputi fotografi produk menggunakan smartphone, penggunaan Canva dan CapCut, *copywriting*, serta strategi pemasaran melalui media sosial. Narasumber kedua memberikan materi mengenai persiapan bisnis online dan offline, meliputi *entrepreneurial mindset*, *brand identity*, target pasar, nilai unik produk, dan integrasi pemasaran online dan offline.

3. Pelaksanaan dan Capaian Praktik

Pelatihan dilaksanakan melalui kombinasi pemaparan materi, praktik langsung, pendampingan, dan diskusi. Materi meliputi fotografi produk menggunakan smartphone, pembuatan desain promosi menggunakan Canva, pengeditan video menggunakan CapCut, *copywriting*, penggunaan *call-to-action* (CTA) dan *hashtag*, serta strategi pemasaran media sosial.

Praktik langsung menjadi bagian utama kegiatan. Peserta menggunakan smartphone masing-masing untuk membuat konten promosi dan memperoleh pendampingan secara langsung dari tim pelaksana.

Hasil evaluasi praktik menunjukkan bahwa seluruh 30 peserta (100%) berhasil menghasilkan konten promosi produk pertama. Capaian tersebut menunjukkan bahwa peserta dapat menerapkan materi pelatihan ke dalam bentuk produk digital sederhana yang dapat digunakan sebagai bahan promosi.

Tabel 3. Capaian peserta dalam praktik pembuatan konten promosi

Indikator capaian	Jumlah peserta	Persentase
Berhasil menghasilkan konten promosi pertama	30	100%
Belum berhasil menghasilkan konten promosi pertama	0	0%
Total	30	100%

4. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 3. Pembukaan dan Sambutan



Gambar 4. Pemaparan Materi oleh Narasumber



Gambar 5. Praktik Pembuatan Konten



Gambar 6. Peserta dan Narasumber

PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik dapat membantu peserta pemula menerapkan materi pembuatan konten promosi secara langsung. Keberhasilan 100% peserta dalam menghasilkan konten promosi pertama menunjukkan bahwa keterampilan dasar yang diberikan selama pelatihan dapat dipraktikkan menggunakan perangkat yang relatif mudah tersedia, yaitu *smartphone*. Capaian ini sejalan dengan penggunaan metode *hands-on learning* yang dalam penelitian sebelumnya dilaporkan dapat mendukung pengembangan keterampilan kewirausahaan. Penggunaan Canva dan CapCut dalam kegiatan juga memberikan pendekatan yang relatif sederhana bagi peserta untuk menghasilkan materi promosi dalam bentuk visual dan video. Canva digunakan untuk membantu peserta membuat desain promosi, sedangkan CapCut digunakan untuk pengeditan video pendek. Pemilihan kedua aplikasi tersebut didasarkan pada kemudahan penggunaan melalui *smartphone* dan ketersediaan fitur yang sesuai dengan kebutuhan pemasaran digital tingkat pemula. Temuan mengenai pemanfaatan Canva sebagai sarana pengembangan kemampuan komunikasi visual juga telah dilaporkan dalam penelitian sebelumnya.

Kombinasi antara keterampilan teknis dan aspek kewirausahaan menjadi salah satu karakteristik penting kegiatan ini. Materi pembuatan konten tidak diberikan secara terpisah dari materi bisnis, tetapi dipadukan dengan pembahasan mengenai *brand identity*, target pasar, nilai unik produk, dan strategi pemasaran. Pendekatan tersebut penting karena kemampuan membuat konten visual saja belum secara otomatis menghasilkan pemasaran yang efektif. Konten perlu disusun berdasarkan karakteristik produk dan sasaran konsumen agar memiliki fungsi komunikasi dan promosi yang jelas. Temuan lain yang penting adalah adanya kesenjangan antara kepemilikan produk dan kemampuan memasarkan produk secara digital. Sekitar 40% peserta telah memiliki produk atau jasa yang siap dipasarkan, tetapi pemasaran sebelumnya masih banyak mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut dan belum dilakukan secara terstruktur melalui media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa intervensi pelatihan tidak hanya relevan untuk meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga untuk membantu peserta menghubungkan produk yang telah dimiliki dengan saluran pemasaran digital.

Antusiasme peserta selama praktik dan diskusi juga memperlihatkan bahwa pendampingan memiliki peranan penting dalam proses pembelajaran. Peserta tidak hanya membutuhkan penjelasan mengenai fitur aplikasi, tetapi juga membutuhkan bantuan ketika menerapkan fitur tersebut pada konteks produk dan ide bisnis masing-masing. Oleh karena itu, model pelatihan yang mengombinasikan penyampaian materi dengan praktik dan pendampingan lebih sesuai untuk peserta pemula dibandingkan pendekatan yang hanya berorientasi pada penyampaian teori.

Meskipun demikian, hasil kegiatan perlu diinterpretasikan secara proporsional. Keberhasilan peserta menghasilkan konten promosi pertama menunjukkan tercapainya keterampilan awal dalam pembuatan konten digital, tetapi belum dapat digunakan sebagai bukti bahwa kegiatan telah meningkatkan pendapatan, penjualan, atau kemandirian ekonomi peserta. Peningkatan pada aspek tersebut memerlukan evaluasi lanjutan, misalnya melalui pemantauan penggunaan media sosial setelah pelatihan, jumlah konten yang dipublikasikan, jangkauan promosi, perubahan jumlah pelanggan, atau perubahan omzet usaha. Dengan demikian, hasil kegiatan ini lebih tepat dipahami sebagai fondasi awal pengembangan keterampilan promosi digital, bukan sebagai bukti langsung peningkatan kemandirian ekonomi.

Keberlanjutan program menjadi penting karena keterampilan digital membutuhkan praktik yang konsisten. Naskah juga merekomendasikan pembentukan komunitas belajar, pelaksanaan pelatihan lanjutan, serta pendampingan yang mencakup video pendek, *e-commerce*, dan iklan berbayar. Pendampingan berkelanjutan tersebut berpotensi membantu peserta mengembangkan keterampilan awal yang diperoleh selama kegiatan menjadi kemampuan pemasaran digital yang lebih mandiri.

SIMPULAN

Kegiatan PKM berupa pelatihan konten kreator dan bisnis online bagi perempuan di Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bengkayang telah berhasil dilaksanakan dan secara efektif mencapai tujuannya. Kegiatan ini membekali seluruh peserta (30 orang atau 100%) dengan keterampilan teknis yang siap pakai, dibuktikan

dengan kemampuan mereka membuat konten promosi produk pertama menggunakan aplikasi Canva dan CapCut. Kombinasi materi strategis (mindset wirausaha) dan teknis (konten kreator pemula) yang disampaikan dua narasumber terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital sekaligus memotivasi peserta untuk memulai atau mengembangkan bisnis online mereka.

Untuk keberlanjutan program, disarankan agar peserta membentuk komunitas belajar dan terus berlatih secara konsisten. Dinas Perpustakaan dan Kearsipan disarankan menjadikan pelatihan literasi digital sebagai program rutin dan mempertimbangkan pembentukan "Pojok Wirausaha Digital". Pelaksana kegiatan selanjutnya disarankan mengembangkan modul pelatihan tingkat lanjut yang mencakup pemasaran melalui video pendek, manajemen e-commerce, dan iklan berbayar, serta merancang program pendampingan jangka panjang pasca-pelatihan.

PERNYATAAN PENULIS

Penulis menyatakan bahwa artikel yang berjudul "Peningkatan Kemandirian Ekonomi Perempuan melalui Pelatihan Konten Kreator Online" merupakan karya asli dan belum pernah dipublikasikan sebelumnya pada jurnal maupun prosiding manapun, baik dalam bentuk cetak maupun elektronik. Artikel ini juga tidak sedang dalam proses pengajuan untuk dipublikasikan di tempat lain. Seluruh isi artikel merupakan tanggung jawab penuh para penulis.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Teknik Universitas Tanjungpura atas dukungan pendanaan melalui DIPA FT UNTAN T.A. 2025. Terima kasih juga disampaikan kepada Dinas Perpustakaan dan Kearsipan Kabupaten Bengkayang beserta seluruh peserta atas partisipasi aktif dan sambutan yang luar biasa dalam kegiatan ini, serta kepada seluruh anggota tim PKM dan mahasiswa yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Zarliani, W. O., Purnamasari, W. O. D., Ajo, A., & Sufilawati, S. (2025). Community-based training for women's economic empowerment: The case of instant ginger drink production in Baubau. *Bio Web of Conferences*, 180. <https://doi.org/10.1051/bioconf/202518001001>
- Buvinić, M., & O'Donnell, M. (2019). Gender Matters in Economic Empowerment Interventions: A Research Review. *World Bank Research Observer*, 34(2), 309–346. <https://doi.org/10.1093/wbro/lky004>
- Catubig, M. J. A., Kilat, R. V. B., Laurito, M. E., Patoc, T. M. T., & Valle, L. C. (2024). Visual Literacy in the Lived Experiences of BSED Students in Utilizing Canva. *Journal of Educational and Social Research*, 14(4), 117–131. <https://doi.org/10.36941/jesr-2024-0090>

De, S., Banerjee, J., & Ghosh, K. D. (2025). Assessing pedagogy effectiveness: applying the Solomon experimental design. *International Journal of Pluralism and Economics Education*, 15(4), 317–329. <https://doi.org/10.1504/IJPEE.2025.150357>

Haoucha, M. (2024). Empowering and advancing women leaders and entrepreneurs. In *Empowering and Advancing Women Leaders and Entrepreneurs*. <https://doi.org/10.4018/9798369371077>

Lashgari, F., Pourvahab, M., Faraji, A., Monteiro, A., Pais, S., & Pombo, N. (2024). Gender Equality Through E-learning: A Machine Learning Approach to Measuring Impact. *2024 International Conference on Innovation and Intelligence for Informatics Computing and Technologies 3ict 2024*, 553–559. <https://doi.org/10.1109/3ICT64318.2024.10824622>

Li, J. (2025). Living Double Lives: How Influencers Navigate Identity, Risk, and Reward. *Interactions N Y*, 33(1), 20–22. <https://doi.org/10.1145/3777447>

Miranda, C., & Enciso, L. (2023). Use of Canva as a communication tool in the educational process through infographics | Uso de Canva como herramienta de comunicación en el proceso educativo a través de infografías. *Iberian Conference on Information Systems and Technologies Cisti, 2023-June*. <https://doi.org/10.23919/CISTI58278.2023.10211654>

Ngoc, L. P. T., & Nguyen, L. T. (2025). Students' Perspectives on Canva's Level of Utilization and Impact in Academic Learning: A Case Study of a Private University in Vietnam. *Proceedings 2025 10th International Stem Education Conference Istem Ed 2025*. <https://doi.org/10.1109/iSTEM-Ed65612.2025.11129264>

Rajeev, M., & Bhandarkar, S. (2022). Women online: A study of Common Service Centres in India using a capability approach. *Asia and the Pacific Policy Studies*, 9(3), 268–287. <https://doi.org/10.1002/app5.360>

Wang, X. (2025). Being independent women in blogs: young Chinese women bloggers' construction of independent persona and strategic subjectivity on Xiaohongshu. *Feminist Media Studies*. <https://doi.org/10.1080/14680777.2025.2468912>

Williams, G., Chen, N., Devito, M. A., & To, A. (2025). Why Can't Black Women Just Be?: Black Femme Content Creators Navigating Algorithmic Monoliths. *Conference on Human Factors in Computing Systems Proceedings*. <https://doi.org/10.1145/3706598.3713842>