



Pemberdayaan Para Pemuda Karang Taruna di Desa Medalsari melalui Pelatihan Konten Kreatif Berbasis Potensi Lokal

¹Sigit Widiatmoko, ²Reizka Kemala Nazar, ³Iqo Fathihatur Roziqoh, ⁴Mana Daromest

Sastra Indonesia, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Corresponding Author: 1sigitwidiatmoko@unj.ac.id

ABSTRAK

Pemanfaatan internet di kalangan para generasi muda, khususnya di Desa Medalsari, masih cenderung bersifat konsumtif dan belum optimal sebagai sarana promosi potensi lokal. Padahal desa di Kabupaten Karawang ini memiliki potensi alam dan budaya yang menjanjikan, namun belum terkomunikasikan secara luas melalui media digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan literasi digital dan keterampilan produksi konten kreatif pemuda desa sebagai upaya pemberdayaan dan penguatan promosi desa wisata. Kegiatan dilaksanakan selama dua hari dengan metode penyuluhan, pelatihan praktik, demonstrasi, dan pendampingan. Peserta berjumlah 25 pemuda yang dibagi ke dalam lima kelompok, masing-masing terdiri atas lima orang. Evaluasi dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test*, observasi praktik, serta penilaian produk konten. Hasil menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pada seluruh aspek yang diukur, dengan rata-rata kenaikan lebih dari 40 persen, serta peningkatan tertinggi pada kemampuan produksi video pendek. Setiap kelompok berhasil menghasilkan satu artikel promosi dan satu video berdurasi 1-3 menit yang siap dipublikasikan. Selain itu, terbentuk tim kreatif desa yang terdiri atas delapan pemuda sebagai pengelola media sosial secara berkelanjutan. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik yang terintegrasi dengan pembentukan struktur lokal mampu mendorong keterlibatan aktif pemuda dan memperkuat kapasitas desa dalam promosi digital secara mandiri.

Kata Kunci: Konten Kreatif, Literasi Digital, Media Sosial, Pemberdayaan Pemuda, Promosi Desa

PENDAHULUAN

Dalam dekade terakhir, internet bukan lagi sesuatu yang eksklusif bagi masyarakat. Pemanfaatannya sudah merambah pada setiap lini masyarakat, baik di perkotaan maupun di pedesaan. Namun demikian, ketersediaan akses tersebut tidak selalu berbanding lurus dengan kemampuan pemanfaatannya secara produktif. Bagi mayoritas masyarakat, teknologi digital ini lebih sering digunakan sebagai sarana mendapatkan hiburan. Padahal teknologi bisa dimanfaatkan sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi dan sosial (Haqu, et al., 2024; Putri, et al., 2025).

Di Indonesia tingkat penetrasi internet telah melebihi 75% populasi, dengan kelompok usia muda sebagai pengguna terbesar. Hal tersebut dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melalui survei penetrasi internet dan perilaku penggunaan internet pada tahun 2025 (dalam Wafa, 2025). Data tersebut menunjukkan bahwa generasi produktif memiliki peluang besar untuk terlibat dalam ekosistem digital. Akan tetapi, peluang ini memerlukan dukungan literasi digital yang memadai agar tidak berhenti pada aktivitas konsumtif saja. Literasi digital bukan dipandang sekadar kemampuan menggunakan perangkat digital saja, tetapi juga kemampuan menciptakan, mengelola, dan mendistribusikan informasi secara efektif dan bertanggung jawab (Naila, Ridlwan, & Haq, 2021; Cynthia & Sihotang, 2023; Dewi, 2025).



Perkembangan media sosial juga membuka peluang baru dalam memperkenalkan potensi alam dan budaya di berbagai daerah. Berbagai desa wisata di Indonesia mulai memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sebagai sarana promosi yang efektif dan berbiaya rendah. Melalui konten visual yang menarik dan narasi yang autentik, media sosial mampu menjangkau *audiens* yang lebih luas serta membangun citra destinasi secara digital. Sebagai contoh, Desa Wisata Nglanggeran di Yogyakarta memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan keindahan Gunung Api Purba dan kegiatan wisata berbasis masyarakat sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisata secara signifikan (Zaki et al., 2024). Contoh lain dapat ditemukan pada promosi Desa Penglipuran di Bali yang memanfaatkan konten digital untuk memperkenalkan budaya lokal kepada wisatawan domestik maupun internasional (Kartika & Maulana, 2024). Praktik-praktik tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat menjadi strategi efektif dalam mengomunikasikan potensi desa secara lebih luas dan berkelanjutan (Arianto et al., 2025; Putri et al., 2025).

Desa Medalsari merupakan salah satu desa di Kecamatan Pangkalan yang memiliki potensi alam dan budaya yang cukup menjanjikan. Letaknya di wilayah selatan Kabupaten Karawang memberikan karakteristik geografis berupa kawasan perbukitan dan lanskap alam yang relatif asri. Potensi tersebut berpeluang dikembangkan sebagai desa wisata berbasis alam dan budaya lokal. Namun, potensi yang ada belum sepenuhnya terkomunikasikan secara luas melalui media digital. Publikasi desa masih bersifat terbatas dan belum terkelola secara sistematis.



Gambar 1 Wisata Alam Green Canyon di Desa Medalsari

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa Desa Medalsari memiliki sekitar 25 pemuda aktif yang tergabung dalam karang taruna. Dari jumlah tersebut, sekitar 90% telah memiliki *handphone* dan Language Learning Models and Strategies akun media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Meskipun demikian, pemanfaatan media sosial sebagian besar masih terbatas pada aktivitas personal dan hiburan. Berdasarkan hasil angket kebutuhan yang diisi oleh 25 responden, sebanyak 72% menyatakan belum memahami konsep literasi digital, 68% belum mengetahui prinsip dan teknik dasar penulisan konten kreatif, serta 76% keterampilan dalam pengambilan dan penyuntingan video sederhana sebagai konten digital. Data kuantitatif ini memperlihatkan adanya kesenjangan antara akses teknologi dan kapasitas pemanfaatannya.

Kareba: Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat
Pemberdayaan Para Pemuda Karang Taruna di Desa Medalsari
melalui Pelatihan Konten Kreatif Berbasis Potensi Lokal

Permasalahan yang dihadapi mitra dapat dikelompokkan ke dalam tiga aspek utama. Pertama, rendahnya literasi digital, khususnya dalam hal produksi konten kreatif. Kedua, kurangnya pemahaman mengenai strategi *branding* dan promosi desa wisata berbasis potensi lokal. Ketiga, belum adanya sistem pengelolaan media sosial desa yang berkelanjutan dan terstruktur. Jika kondisi ini terus berlanjut, potensi desa akan sulit berkembang di tengah persaingan promosi destinasi wisata yang semakin kompetitif dan bergantung pada kekuatan media digital.

Penguatan literasi digital dapat meningkatkan kapasitas ekonomi masyarakat (Dacholfany, et al., 2023). UNESCO menegaskan bahwa literasi digital mencakup kompetensi teknis, kognitif, dan sosial dalam memanfaatkan teknologi (dalam Fitrianti & Jamil, 2025). Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, pelibatan pemuda dalam pengelolaan informasi desa terbukti dapat meningkatkan partisipasi sosial dan rasa kepemilikan terhadap pembangunan lokal (Handayani, et al., 2024; Mulyani, et al. 2025). Dengan demikian, program pelatihan pembuatan konten kreatif menjadi relevan sebagai strategi pemberdayaan berbasis kapasitas.

Dalam pemasaran digital, konten kreatif juga berfungsi untuk memperkuat *branding* dari suatu produk dan jasa (Arianto, et al., 2025). Konsep *storytelling* dan *visual branding* dapat membangun citra destinasi wisata desa. Konten yang menampilkan narasi autentik mengenai kehidupan lokal, keindahan alam, dan aktivitas masyarakat mampu menciptakan kedekatan emosional dengan *audiens*. Platform media sosial seperti Instagram dan TikTok memberikan ruang yang luas untuk mempromosikan potensi desa dengan biaya yang relatif rendah. Namun, efektivitas strategi tersebut sangat bergantung pada kemampuan sumber daya manusia yang mengelolanya.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, tim pengabdian merancang program berupa pelatihan pembuatan konten kreatif bagi para pemuda Desa Medalsari. Program ini mencakup tiga komponen utama, yaitu (1) konsep dasar literasi digital, (2) prinsip dan teknik penulisan konten kreatif, dan (3) dasar-dasar produksi video pendek. Ketiga komponen tersebut dirancang secara terpadu agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menghasilkan produk nyata.

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan literasi digital dan keterampilan produksi konten kreatif pemuda Desa Medalsari sebagai upaya pemberdayaan dan penguatan promosi desa wisata. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep dasar literasi digital serta prinsip dan teknik *content writing* dan *storytelling*, melatih keterampilan produksi video promosi berbasis perangkat sederhana, serta membentuk tim kreatif desa yang mampu bekerja secara berkelanjutan.

Manfaat kegiatan ini dapat dilihat dalam beberapa sudut pandang. Secara praktis, terjadi peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam bidang literasi digital dan promosi kreatif. Secara ekonomi, promosi digital yang lebih terstruktur berpotensi meningkatkan kunjungan wisata dan mendorong pertumbuhan usaha lokal. Secara sosial, pelibatan pemuda dalam pengelolaan informasi desa memperkuat partisipasi dan tanggung jawab kolektif terhadap pembangunan. Secara akademik, kegiatan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan model pengabdian masyarakat berbasis literasi digital dan ekonomi kreatif.

Dengan demikian, pelatihan pembuatan konten kreatif bagi para pemuda Desa Medalsari tidak sekadar menjadi kegiatan teknis jangka pendek. Kegiatan ini merupakan langkah strategis dalam membangun ekosistem kreatif desa yang adaptif terhadap

perkembangan teknologi. Penguatan kapasitas pemuda sebagai agen perubahan diharapkan mampu menjadi fondasi bagi promosi desa wisata yang berkelanjutan dan berbasis potensi lokal.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yang diperkenalkan oleh Chambers (1994). Dalam konsep PRA, masyarakat menjadi sumber pengetahuan dan pengalaman tentang kondisi mereka sendiri. Masyarakat juga hadir secara partisipatif dalam proses pelaksanaan kegiatan pembangunan wilayah sendiri. Pendekatan PRA digunakan pada tahap identifikasi potensi Desa Medalsari dan pemetaan kebutuhan literasi digital peserta.

Sasaran kegiatan ini adalah para pemuda yang tergabung dalam karang taruna Desa Medalsari. Penetapan sasaran dilakukan melalui koordinasi dengan kepala desa dan pengurus karang taruna setempat. Terdapat sekitar 25 pemuda aktif yang terlibat dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. Peserta sudah memenuhi kriteria yang ditentukan, yaitu (1) berusia antara 17–30 tahun; (2) memiliki *handphone* yang dapat digunakan untuk praktik produksi konten; (3) memiliki minat terhadap media sosial atau kegiatan promosi desa, dan (4) bersedia mengikuti kegiatan secara penuh selama dua hari.

Metode pelaksanaan kegiatan dirancang secara bertahap agar proses pembelajaran berlangsung sistematis dan partisipatif. Pendekatan pembelajaran yang digunakan memadukan *Focus Group Discussion* (FGD), pelatihan praktik, demonstrasi teknis, dan pendampingan langsung. Kombinasi metode ini bertujuan agar peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mempraktikkan pembuatan konten secara mandiri.

Tahap Persiapan

Tahap persiapan dilakukan melalui observasi awal, wawancara dengan perangkat desa, serta penyebaran angket kebutuhan kepada calon peserta. Tahap ini bertujuan untuk memetakan tingkat literasi digital awal, pengalaman peserta dalam membuat konten, serta kebutuhan spesifik yang perlu diakomodasi dalam pelatihan. Selain itu, dilakukan penyusunan modul pelatihan yang mencakup materi *content writing*, teknik dasar pengambilan gambar, serta penyuntingan video sederhana menggunakan aplikasi Capcut di *handphone*. Perangkat pendukung seperti proyektor, jaringan internet, dan lembar kerja peserta juga dipersiapkan pada tahap ini.

Tahap Pemberian Materi

Tahap pemberian materi ini difokuskan pada penguatan pemahaman konseptual. Pemberian materi dilakukan dengan metode ceramah interaktif untuk menjelaskan konsep dasar literasi digital dan strategi promosi digital secara sistematis. Diskusi kelompok digunakan untuk mendorong pertukaran ide mengenai potensi desa yang dapat dijadikan konten promosi. Materi yang disampaikan meliputi:

- Konsep dasar literasi digital,
- Prinsip penulisan konten kreatif berorientasi pada potensi desa,
- Teknik penulisan konten berbasis cerita (*storytelling*),
- Dasar-dasar produksi video pendek sebagai konten kreatif.

Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan memberikan contoh konkret konten promosi desa dari berbagai daerah, seperti Desa Wisata Nglanggeran di Yogyakarta

Kareba: Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat
Pemberdayaan Para Pemuda Karang Taruna di Desa Medalsari
melalui Pelatihan Konten Kreatif Berbasis Potensi Lokal

(Zaki et al., 2024) dan Desa Penglipuran di Bali (Kartika & Maulana, 2024). Diskusi terbuka menjadi bagian penting dalam sesi ini agar peserta dapat mengaitkan materi dengan kondisi Desa Medalsari.



Gambar 2 Pemaparan Materi Penulisan Konten Kreatif

Tahap Pelatihan dan Demonstrasi

Setelah pemberian materi, kegiatan dilanjutkan dengan praktik langsung. Peserta dibagi menjadi lima kelompok kecil yang masing-masing terdiri atas lima orang. Pembagian kelompok bertujuan untuk mendorong kolaborasi dan pembagian peran, seperti penulis naskah, pengambil gambar, penyunting video, dan pengelola media sosial.

Praktik penulisan konten menggunakan teknik *storytelling* pada *digital storytelling* yang dikembangkan oleh Lambert (2013). Pendekatan ini menekankan penyampaian cerita secara sederhana, namun mampu membangun kedekatan emosional dengan *audiens*. Dalam pelatihan ini peserta diperkenalkan pada beberapa tahapan *storytelling* sederhana, yaitu:

- a) menentukan tema cerita yang berkaitan dengan potensi desa;
- b) menyusun alur cerita yang terdiri atas pembuka, inti cerita, dan penutup;
- c) menggabungkan unsur visual berupa foto atau video yang mendukung cerita;
- d) menyampaikan pesan utama yang menonjolkan keunikan destinasi wisata.

Pendekatan *storytelling* ini dinilai efektif dalam promosi destinasi wisata karena mampu membangun keterlibatan emosional antara *audiens* dan tempat yang dipromosikan (Fog, Budtz, & Yakaboylu, 2005).

Pada tahap ini juga dilakukan demonstrasi teknik pengambilan gambar menggunakan *handphone*, termasuk pengaturan pencahayaan, sudut pengambilan gambar, dan stabilisasi sederhana. Demonstrasi juga mencakup penggunaan aplikasi penyuntingan video, yaitu Capcut. Aplikasi tersebut dipilih karena memiliki fitur dasar yang cukup lengkap untuk pembuatan konten media sosial, seperti pemotongan video, penambahan teks, musik latar, serta efek transisi visual. Setiap kelompok diminta untuk memilih satu potensi desa sebagai tema konten, misalnya potensi alam, kegiatan budaya, atau produk lokal. Selanjutnya, kelompok menyusun naskah singkat dan memproduksi video berdurasi 1–3 menit.

Tahap Pendampingan

Tahap berikutnya yaitu pendampingan oleh tim pengabdian. Pendampingan tersebut tidak hanya dilakukan selama kegiatan pelatihan berlangsung, tetapi juga dilanjutkan secara terbatas setelah kegiatan selesai melalui komunikasi daring dengan pengurus karang taruna. Pendampingan ini bertujuan untuk memberikan umpan balik terhadap konten yang diproduksi serta memastikan keberlanjutan pengelolaan media sosial desa. Meskipun demikian, pendampingan lanjutan masih bersifat terbatas sehingga pada tahap berikutnya diperlukan program penguatan kapasitas yang lebih berkelanjutan.

Tahap Evaluasi

Tahapan akhir adalah evaluasi. Kegiatan ini dilakukan melalui kombinasi metode kuantitatif dan kualitatif. Evaluasi kuantitatif dilakukan dengan menggunakan *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Soal evaluasi mencakup aspek konsep dasar literasi digital, prinsip penulisan konten kreatif, teknik penulisan konten, dan dasar-dasar produksi video pendek.

Evaluasi kualitatif dilakukan melalui observasi selama praktik, penilaian produk konten berdasarkan rubrik yang telah disusun, serta diskusi reflektif pada akhir kegiatan. Rubrik penilaian mencakup aspek kreativitas, kejelasan pesan, kesesuaian dengan potensi desa, dan kualitas teknis produksi. Selain itu, dilakukan pengisian angket kepuasan peserta untuk mengetahui persepsi terhadap manfaat kegiatan serta saran perbaikan. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk menyusun rekomendasi tindak lanjut dan pengembangan program di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian ini disajikan secara bertahap, dimulai dari gambaran umum capaian pelatihan, kemudian dilanjutkan dengan analisis yang lebih spesifik terhadap peningkatan kompetensi peserta, kualitas produk konten yang dihasilkan, serta implikasinya terhadap pemberdayaan pemuda desa. Secara umum, kegiatan berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun dalam tahap metode pelaksanaan. Seluruh 25 peserta mengikuti kegiatan hingga selesai, dengan tingkat partisipasi aktif yang cukup tinggi selama sesi diskusi dan praktik.

Berdasarkan hasil evaluasi kuantitatif melalui *pre-test* dan *post-test*, terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan pada aspek produksi video pendek, teknik penulisan konten, dan prinsip penulisan konten. Selain itu, seluruh kelompok peserta berhasil menghasilkan produk konten berupa teks promosi dan video pendek yang siap dipublikasikan melalui media sosial Tiktok dan Instagram Desa Medalsari.

Peningkatan Kompetensi Literasi Digital Peserta

Pengukuran peningkatan kompetensi dilakukan melalui instrumen *pre-test* dan *post-test* yang diberikan sebelum dan sesudah pelatihan. Instrumen ini dirancang untuk mengukur empat aspek utama, yaitu (1) konsep dasar literasi digital dengan materi yang mencakup pengenalan ekosistem media sosial, etika penggunaan media digital, serta strategi pemanfaatan media sosial untuk *branding* destinasi wisata berbasis potensi lokal; (2) prinsip penulisan konten kreatif berorientasi pada potensi desa yang meliputi penyusunan judul yang menarik, penggunaan bahasa persuasif, serta penyajian informasi yang ringkas dan mudah dipahami oleh audiens media sosial; (3) teknik penulisan konten berbasis cerita (*storytelling*)

Kareba: Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat
Pemberdayaan Para Pemuda Karang Taruna di Desa Medalsari
melalui Pelatihan Konten Kreatif Berbasis Potensi Lokal

yang meliputi menyusun narasi sederhana yang menggambarkan pengalaman, suasana, dan daya tarik suatu destinasi sehingga konten yang dihasilkan tidak hanya informatif tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens. serta (4) dasar-dasar produksi video pendek yang mencakup teknik pengambilan gambar menggunakan telepon genggam, komposisi visual sederhana, serta proses penyuntingan video menggunakan aplikasi yang mudah diakses.

Tabel 1 Hasil *Pre-test* dan *Post-test* Peserta (N = 25)

Aspek Penilaian	<i>Pre-test</i> (Mean)	<i>Post-test</i> (Mean)	Peningkatan
Konsep dasar literasi digital	62	86	38%
Prinsip penulisan konten kreatif	60	85	41%
Teknik penulisan konten	55	80	45%
Dasar-dasar produksi video pendek	58	88	52%

Berdasarkan Tabel 1, terlihat adanya peningkatan rata-rata lebih dari 40% pada seluruh aspek yang diukur. Peningkatan tertinggi terjadi pada aspek dasar produksi video pendek, yang sebelumnya menjadi salah satu kelemahan utama peserta. Data ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik dan demonstrasi mampu meningkatkan pemahaman peserta secara signifikan dalam waktu relatif singkat. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian literasi digital yang menyatakan bahwa pembelajaran partisipatif dan berbasis praktik lebih efektif dalam meningkatkan kompetensi dibandingkan metode ceramah konvensional (Harefa & Harefa, 2025). Keterlibatan langsung peserta dalam proses produksi konten memungkinkan terjadinya internalisasi konsep secara lebih mendalam.

Kualitas Penceritaan untuk Promosi Desa

Pada hari kedua pelatihan, peserta dibagi ke dalam lima kelompok. Setiap kelompok diminta menyusun satu teks promosi desa dengan panjang 100-250 kata. Tema yang dipilih beragam, antara lain potensi wisata alam, kegiatan budaya lokal, serta profil usaha mikro masyarakat.

Secara umum, artikel yang dihasilkan telah memenuhi struktur dasar penulisan promosi, yaitu pengenalan objek, deskripsi keunggulan, dan ajakan persuasif. Beberapa artikel bahkan mulai menerapkan teknik *storytelling* sederhana dengan menghadirkan narasi pengalaman berkunjung ke lokasi wisata. Akan tetapi, masih ditemukan kelemahan pada aspek konsistensi gaya bahasa dan pemilihan diksi persuasif. Pada tahap pendampingan, perbaikan dilakukan terutama pada bagian pembuka dan penutup artikel agar lebih menarik perhatian pembaca. Hal ini menunjukkan bahwa keterampilan menulis memerlukan proses latihan berkelanjutan, meskipun peningkatan awal sudah terlihat signifikan.



Gambar 3 Dua teks hasil penulisan tentang wisata Desa Medalsari

Produksi Video Promosi Berbasis Handphone

Selain artikel, setiap kelompok juga menghasilkan satu video promosi berdurasi 1–3 menit. Video diproduksi menggunakan *handphone* peserta dengan teknik pengambilan gambar yang telah didemonstrasikan sebelumnya. Dari lima video yang dihasilkan, tiga video telah menunjukkan penguasaan dasar komposisi gambar dan alur narasi visual yang cukup runtut. Dua video lainnya masih memerlukan perbaikan pada aspek stabilisasi gambar dan sinkronisasi audio. Meskipun demikian, seluruh video dinilai layak untuk dipublikasikan setelah melalui proses penyuntingan akhir.

Pengalaman praktik ini memberikan pemahaman bahwa produksi konten visual tidak selalu membutuhkan peralatan profesional. Dengan penguasaan teknik dasar dan kreativitas, perangkat sederhana dapat dimanfaatkan secara optimal. Temuan ini mendukung teori ekonomi kreatif yang menekankan bahwa kreativitas dan ide memiliki peran lebih dominan dibandingkan modal teknologi yang mahal.

Kareba: Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat
Pemberdayaan Para Pemuda Karang Taruna di Desa Medalsari
melalui Pelatihan Konten Kreatif Berbasis Potensi Lokal



Gambar 4 Video promosi wisata di akun Tiktok Desa Medalsari

Salah satu capaian penting dari kegiatan ini adalah terbentuknya tim kreatif desa yang terdiri atas delapan pemuda yang bersedia menjadi pengelola media sosial desa secara berkelanjutan. Tim ini menyepakati pembagian tugas, yaitu penulis konten, editor video, fotografer lapangan, dan administrator media sosial.

Pembentukan tim ini menjadi indikator bahwa pelatihan tidak berhenti pada tataran individu, tetapi berkembang menjadi komitmen kolektif. Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, keberlanjutan program sangat bergantung pada adanya struktur lokal yang mampu mengelola hasil pelatihan secara mandiri. Langkah awal yang disepakati adalah penyusunan jadwal unggahan konten sebanyak 1-2 kali dalam seminggu. Rencana ini menjadi bentuk konkret dari tindak lanjut kegiatan.

Implikasi terhadap Pemberdayaan Pemuda dan Promosi Desa

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan konten kreatif tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga memunculkan kesadaran baru mengenai peran pemuda dalam pembangunan desa. Diskusi reflektif pada akhir kegiatan memperlihatkan adanya perubahan perspektif peserta terhadap media sosial. Jika sebelumnya media sosial lebih banyak dipandang sebagai ruang hiburan, setelah pelatihan media sosial mulai dipahami sebagai sarana strategis untuk promosi desa dan komunikasi publik.

Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan kapasitas peserta pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Pengetahuan peserta bertambah melalui pemahaman mengenai literasi digital dan strategi promosi berbasis media sosial. Keterampilan peserta meningkat melalui praktik penulisan konten promosi dan produksi video pendek berbasis

Kareba: Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat

Sigit Widiatmoko, Reizka Kemala Nazar, Iqo Fathihatur Roziqoh, Mana Daromest

handphone. Sementara itu, perubahan sikap tampak dari munculnya komitmen kolektif peserta untuk terlibat dalam tim kreatif desa dan mengelola media sosial desa secara berkelanjutan.

Temuan tersebut dapat dianalisis dalam kerangka teori pemberdayaan masyarakat yang menempatkan peningkatan kapasitas (*capacity building*) sebagai tahap awal yang penting dalam proses menuju kemandirian masyarakat. Chambers (1994) menegaskan bahwa pendekatan partisipatif memberi ruang bagi masyarakat untuk mengenali potensi, masalah, dan solusi yang sesuai dengan konteks mereka sendiri. Dalam konteks ini, pelatihan yang melibatkan peserta secara aktif melalui diskusi, praktik, dan pendampingan telah memperkuat kapasitas individu sekaligus kapasitas kolektif. Temuan ini juga sejalan dengan Handayani et al. (2024) yang menunjukkan bahwa pelibatan pemuda dalam kegiatan berbasis potensi lokal dapat meningkatkan partisipasi sosial dan rasa memiliki terhadap pembangunan desa, serta Mulyani et al. (2025) yang menegaskan bahwa pelatihan konten digital pada Karang Taruna dapat mendorong peran pemuda sebagai agen promosi potensi lokal.

Dampak jangka panjang dari promosi digital yang lebih terstruktur berpotensi meningkatkan visibilitas desa. Selain itu, promosi digital juga dapat mendorong kunjungan wisata dan memperluas jejaring pemasaran produk lokal. Dampak ekonomi tersebut belum dapat diukur dalam waktu singkat. Akan tetapi, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa fondasi awal bagi pengembangan promosi desa berbasis digital telah mulai terbentuk.

Meskipun hasil kegiatan menunjukkan capaian positif, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicatat. Waktu pelatihan yang relatif singkat membatasi pendalaman materi, terutama pada aspek penyuntingan video tingkat lanjut. Selain itu, kualitas jaringan internet di beberapa titik desa masih belum stabil, sehingga menghambat proses unggah konten secara langsung. Tantangan lainnya adalah menjaga konsistensi tim kreatif desa dalam jangka panjang. Antusiasme awal perlu diikuti dengan pendampingan lanjutan agar tidak mengalami penurunan setelah kegiatan selesai.



Gambar 5 Dokumentasi Tim Pengabdian Dan Para Peserta Pelatihan

Secara keseluruhan, pembahasan ini menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan konten kreatif berbasis praktik dan partisipasi tidak hanya berhasil meningkatkan kompetensi

Kareba: Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat
Pemberdayaan Para Pemuda Karang Taruna di Desa Medalsari
melalui Pelatihan Konten Kreatif Berbasis Potensi Lokal

literasi digital pemuda Desa Medalsari, tetapi juga memperkuat kapasitas kolektif mereka sebagai aktor promosi desa. Dengan demikian, pendekatan ini relevan digunakan dalam program pengabdian masyarakat yang berorientasi pada pemberdayaan, keberlanjutan, dan penguatan potensi lokal.

KESIMPULAN

Pelatihan pembuatan konten kreatif bagi pemuda Desa Medalsari menunjukkan bahwa pendekatan berbasis praktik efektif dalam meningkatkan literasi digital peserta. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam penulisan konten promosi serta produksi video berbasis *handphone*, tetapi juga menghasilkan luaran nyata berupa konten promosi desa dan terbentuknya tim kreatif desa sebagai pengelola media sosial secara berkelanjutan.

Hasil kegiatan juga menunjukkan adanya peningkatan kapasitas peserta pada aspek pengetahuan, keterampilan, dan sikap, yang tercermin dari perubahan cara pandang terhadap media sosial sebagai sarana promosi desa dan komunikasi publik. Secara keseluruhan, kegiatan ini menegaskan bahwa pendekatan partisipatif dan berbasis praktik relevan diterapkan dalam program pengabdian kepada masyarakat yang berorientasi pada pemberdayaan pemuda, promosi desa, dan keberlanjutan. Pendampingan lanjutan tetap diperlukan untuk menjaga konsistensi pengelolaan media sosial desa dan mengoptimalkan dampak promosi digital terhadap pengembangan potensi lokal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian menyampaikan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Negeri Jakarta sebagai lembaga penyandang dana yang telah memberikan dukungan pendanaan sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik. Apresiasi juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Medalsari atas dukungan, fasilitasi, dan kerja sama yang diberikan selama proses pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada Karang Taruna Desa Medalsari yang telah berpartisipasi aktif dan menunjukkan komitmen dalam mengikuti seluruh rangkaian pelatihan. Kolaborasi yang terjalin antara perguruan tinggi dan mitra desa menjadi faktor penting dalam keberhasilan program ini.

REFERENSI

- Arianto, B., Handayani, B., Anindya, D. A., Annas, N., & Rosdiana. (2025). Pelatihan konten kreatif dan copywriting bagi UMKM digital Kota Cilegon. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 7(2), 82–88.
- Chambers, R. (1994). Participatory Rural Appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development*, 22(9), 1253–1268. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90003-5](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90003-5)
- Cynthia, R. E., & Sihotang, H. (2023). Melangkah bersama di era digital: Pentingnya literasi digital untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan kemampuan pemecahan masalah peserta didik. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 31712–31723. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/12179>
- Dacholfany, M. I., Azis, A. A., Mardiaty, Zulhayana, S., Ahmad, R., Bay, W., & Mokodenseho, S. (2023). Peningkatan kualitas pendidikan masyarakat melalui program pelatihan dan

- bimbingan studi. *Easta Journal of Innovative Community Services*, 1(03), 129–141. <https://doi.org/10.58812/ejincs.v1i03.121>
- Dewi, M. U., Nugroho, A. S., Kholifah, S., Fitrianto, Y., Siswanto, Sumaryanto, Qosidah, N., Nurmana, A. H. B., Supriadi, C., & Imaliya, T. (2025). Pelatihan teknik pembuatan konten menarik dan informatif untuk media sosial bagi penggiat literasi digital Desa Gladagsari, Boyolali. *Journal of Human and Education*, 5(1), 225–229. <https://jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/2131>
- Fitrianti, & Jamil, M. S. (2025). Literasi digital sebagai faktor pendukung pencapaian SDGs 2030: Sebuah kajian literatur. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(8), 1–14. <https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/2707>
- Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2005). *Storytelling: Branding in practice*. Springer Berlin Heidelberg.
- Handayani, S., Astuti, E. S., Irawan, B., Hidayatullah, N., & Al Barqy, A. A. (2024). Meningkatkan partisipasi pemuda dalam pembangunan sosial melalui program pengabdian masyarakat berbasis potensi. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Insan Budi Utomo*, 4(1), 163–168. https://ejurnal.uibu.ac.id/index.php/prosiding_pengabdian_masyarakat/article/view/2570
- Haquq, R., Alwaton, Y., Dirgantara, P., Cleosa, K. A., Kirana, J. A. M., & Rimbarayani, V. A. (2024). Pelatihan penulisan kreatif untuk konten bisnis digital bagi pelajar di SMA Al Ma'soem. *COSECANT: Community Service and Engagement Seminar*, 4(2), 167–171. <https://doi.org/10.25124/cosecant.v4i2.8522>
- Harefa, R. A., & Harefa, T. C. S. (2025). Hubungan antara metode pengajaran dosen dan perkembangan kompetensi mahasiswa. *IDENTIK: Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan dan Teknik*, 2(1), 45–50. <https://doi.org/10.70134/identik.v2i1.166>
- Kartika, D. S. Y., & Maulana, H. (2024). *Bisnis digital pada sektor desa wisata dan ekonomi kreatif*. Thalibul Ilmi Publishing & Education.
- Lambert, J. (2013). *Digital storytelling: Capturing lives, creating community*. Routledge.
- Mulyani, Y. S., Apriyani, Y., Adiwisastro, M. F., Fikri, E. A., Hakim, I. F., Rustiman, R. A. F., Utami, A. D., & Yulianti, F. (2025). Pelatihan konten digital karang taruna sebagai agen promosi potensi lokal. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(9), 4735–4740. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i9.3372>
- Naila, I., Ridlwan, M., & Haq, M. A. (2021). Literasi digital bagi guru dan siswa sekolah dasar: Analisis konten dalam pembelajaran. *Jurnal Review Pendidikan Dasar: Jurnal Kajian Pendidikan dan Hasil Penelitian*, 7(2), 116–122. <https://doi.org/10.26740/jrpd.v7n2.p166-122>
- Putri, E. R., Awaludin, D. T., Zakka, U., Kurniadi, P., Susilowati, E. M., & Muda, Y. P. (2025). Pelatihan pembuatan konten kreatif untuk promosi produk lokal melalui TikTok dan Instagram. *JIPITI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 214–220. <https://jipiti.technolabs.co.id/index.php/pkm/article/view/67>
- Wafa, I. (2025, 15 Agustus). *Penetrasi internet Indonesia konsisten naik, tembus 80% pada 2025*. GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/penetrasi-internet-indonesia-konsisten-naik-tembus-80-pada-2025-jSGpJ>
- Zaki, A., Hidayati, A., Syah, D. K. A., Amalia, R. N., & Kozun, S. N. P. (2024). Strategi digital marketing desa wisata (Studi kasus: Desa wisata Nglanggeran). *Jurnal Ekonomi*,

Kareba: Jurnal Inovasi dan Pemberdayaan Masyarakat
Pemberdayaan Para Pemuda Karang Taruna di Desa Medalsari
melalui Pelatihan Konten Kreatif Berbasis Potensi Lokal

Manajemen, Akuntansi, Bisnis Digital, Ekonomi Kreatif, Entrepreneur (JEBDEKER), 4(2),
250–269. <https://doi.org/10.56456/jebdeker.v4i2.254>