

PELATIHAN CONTENT CREATOR PADA KELOMPOK USAHA BERSAMA (KUBE) DI DESA NKLITIH PLANDAAN JOMBANG

Dr. Yuniep Mujati Suaidah, M.SI
Institut Teknologi dan Bisnis PGRI Dewantara Jombang
Korespondensi*: yunip.dewantara@gmail.com

Abstract

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) merupakan salah satu wadah pemberdayaan ekonomi masyarakat yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Namun, rendahnya kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital dan membuat konten promosi menjadi salah satu kendala dalam pengembangan usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan anggota KUBE Desa Nklitih Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang dalam membuat konten digital yang kreatif dan menarik sebagai sarana promosi produk. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui observasi, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan pembuatan konten digital. Pelatihan yang diberikan meliputi pembuatan video pendek berbasis media sosial, teknik editing menggunakan smartphone, copywriting promosi produk, serta strategi unggah konten yang efektif. Peserta kegiatan berjumlah 24 orang anggota KUBE yang memiliki usaha di bidang makanan, kerajinan, dan usaha rumahan lainnya. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media promosi digital. Selain itu, peserta menjadi lebih percaya diri dalam membuat dan mengunggah konten promosi secara mandiri. Program ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing usaha masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan.

Kata kunci: KUBE, Content Creator, Digital Marketing, Media Sosial, UMKM.

Abstract

Joint Business Groups (KUBE) are one of the community economic empowerment forums that play an important role in improving community welfare. However, the limited ability of business actors to utilize digital media and create promotional content remains a challenge in business development. This community service activity aims to improve the ability of KUBE members in Nklitih Village, Plandaan District, Jombang Regency, in creating creative and attractive digital content as a promotional medium for products. The implementation method consisted of observation, training, direct practice, and assistance in creating digital content. The training materials included short video production for social media, smartphone-based editing techniques, promotional copywriting, and effective content uploading strategies. The participants consisted of 24 KUBE members engaged in food products, handicrafts, and other home industries. The results showed an increase in participants' understanding of the use of social media as a digital promotion medium. In addition, participants became more confident in creating and uploading promotional content independently. This program is expected to improve the competitiveness of community businesses through sustainable utilization of digital technology.

Keywords: KUBE, Content Creator, Digital Marketing, Social Media, MSMEs.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan usaha masyarakat. Pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran menjadi salah satu strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing usaha, khususnya bagi pelaku usaha mikro dan kelompok usaha masyarakat. Digital marketing memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar, membangun komunikasi dengan konsumen, serta meningkatkan penjualan produk secara lebih efektif dan efisien (Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya 2017).

Kelompok Usaha Bersama (KUBE) merupakan bentuk pemberdayaan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan ekonomi masyarakat melalui kegiatan usaha produktif secara kelompok. KUBE memiliki peran penting dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa dan meningkatkan kesejahteraan anggota kelompok. Namun, dalam perkembangannya masih banyak anggota KUBE yang belum mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi usaha secara optimal.

Desa Nklitih Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang merupakan salah satu desa yang memiliki kelompok usaha masyarakat dengan berbagai jenis usaha produktif seperti makanan ringan, kerajinan, dan usaha rumahan lainnya. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar anggota KUBE masih menggunakan metode pemasaran konvensional dan belum memahami teknik pembuatan konten digital yang menarik untuk promosi produk. Selain itu, keterbatasan kemampuan dalam penggunaan aplikasi editing, pengelolaan media sosial, dan penyusunan caption promosi menjadi kendala dalam pengembangan pemasaran digital.

Menurut (Ellis-Chadwick 2019), digital marketing merupakan bentuk pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital dan internet untuk menjangkau konsumen secara luas dan terukur. Media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube menjadi platform yang efektif dalam membangun komunikasi pemasaran karena memiliki jangkauan yang luas dan biaya yang relatif rendah. Konten kreatif menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan engagement terhadap produk yang dipasarkan.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah rendahnya kepercayaan diri peserta dalam membuat video promosi dan mengunggah konten di media sosial. Sebagian peserta menganggap proses editing video dan pembuatan konten digital merupakan hal yang sulit dilakukan. Padahal, penggunaan smartphone yang dimiliki masyarakat sebenarnya dapat dimanfaatkan sebagai alat produksi konten digital yang sederhana namun efektif.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan pelatihan content creator bagi anggota KUBE Desa Nklitih sebagai upaya meningkatkan keterampilan digital masyarakat. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu peserta memahami teknik dasar pembuatan konten promosi digital sehingga mampu meningkatkan daya saing usaha dan memperluas pemasaran produk secara mandiri.

Adapun tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

1. Meningkatkan pemahaman anggota KUBE mengenai pentingnya digital marketing dalam pengembangan usaha.
2. Memberikan pelatihan pembuatan konten video promosi menggunakan smartphone.
3. Melatih peserta dalam teknik editing video sederhana dan penyusunan copywriting promosi.
4. Meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital.
5. Meningkatkan kepercayaan diri anggota KUBE dalam membuat dan mengunggah konten promosi secara mandiri.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) maupun Kelompok Usaha Bersama (KUBE) merupakan bagian penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat karena

mampu meningkatkan pendapatan serta mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa. KUBE merupakan kelompok masyarakat yang dibentuk untuk meningkatkan kemampuan ekonomi produktif melalui kegiatan usaha bersama yang dilakukan secara mandiri dan berkelanjutan. Keberadaan KUBE tidak hanya membantu masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan keterampilan usaha serta memperluas jaringan pemasaran (Suharto 2017).

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam pola pemasaran produk dan jasa. Saat ini pemasaran tidak lagi hanya dilakukan secara konvensional, tetapi mulai beralih menuju pemasaran berbasis digital. Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan media digital dan internet untuk menjangkau konsumen secara lebih luas dan efektif. Menurut (Ellis-Chadwick 2019), digital marketing memungkinkan pelaku usaha membangun komunikasi secara langsung dengan konsumen serta mengukur efektivitas pemasaran secara real-time. Pemanfaatan media digital juga memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan visibilitas produk dengan biaya yang relatif rendah.

(Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya 2017) menjelaskan bahwa transformasi pemasaran digital menjadi bagian penting dalam perkembangan bisnis modern. Konsumen saat ini lebih aktif menggunakan media sosial dan internet untuk mencari informasi produk sebelum melakukan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menyesuaikan strategi pemasaran dengan perkembangan teknologi agar mampu bersaing di era digital.

Media sosial menjadi salah satu platform digital yang paling banyak digunakan dalam kegiatan pemasaran karena mudah diakses oleh masyarakat. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube dapat dimanfaatkan sebagai media promosi produk maupun sarana membangun hubungan dengan konsumen. (Dedi Purwana, Rahmi 2017) menyatakan bahwa pemanfaatan digital marketing melalui media sosial dapat membantu pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pemasaran serta meningkatkan promosi produk secara lebih efektif.

Dalam pemasaran digital, konten kreatif memiliki peran penting dalam menarik perhatian konsumen. Content creator merupakan individu atau kelompok yang membuat dan membagikan konten digital berupa foto, video, maupun tulisan melalui media sosial. Konten yang menarik dan komunikatif mampu meningkatkan engagement konsumen terhadap produk yang dipromosikan. Menurut (Tuten and Solomon 2020), video pendek berbasis media sosial menjadi salah satu bentuk konten yang efektif dalam strategi pemasaran digital karena mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat.

Meskipun demikian, rendahnya literasi digital masih menjadi kendala utama dalam penerapan digital marketing pada masyarakat desa. (Rahayu and Day 2017) menjelaskan bahwa keterbatasan kemampuan teknologi dan kurangnya pemahaman mengenai media digital menjadi hambatan dalam pengembangan pemasaran berbasis digital. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan edukasi dan pendampingan yang bersifat praktis agar masyarakat mampu memahami penggunaan media digital secara lebih mudah. (Susilowati et al. 2025) menyatakan bahwa pelatihan berbasis praktik dan penguatan literasi digital mampu meningkatkan kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing usaha. Dengan demikian, pelatihan content creator dapat

menjadi salah satu upaya pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kemampuan digital dan daya saing usaha secara berkelanjutan.

C. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Nklitih Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang pada tanggal 18–23 Desember 2023. Sasaran kegiatan adalah anggota Kelompok Usaha Bersama (KUBE) yang berjumlah 24 peserta dan memiliki berbagai jenis usaha produktif.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan partisipatif dan praktik langsung (*learning by doing*). Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan
Tahap persiapan dilakukan melalui observasi dan wawancara kepada anggota KUBE untuk mengetahui kondisi usaha, pola pemasaran yang digunakan, serta tingkat pemahaman peserta mengenai media digital. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan perangkat desa dan pengurus kelompok terkait jadwal pelaksanaan kegiatan.
2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan
Tahap pelaksanaan merupakan inti kegiatan pelatihan content creator. Materi yang diberikan meliputi: 1. Pengenalan digital marketing dan pemanfaatan media sosial. 2. Teknik pengambilan video dan foto produk menggunakan smartphone. 3. Editing video sederhana menggunakan aplikasi mobile. 4. Penyusunan caption dan copywriting promosi. 5. Strategi unggah konten yang efektif di media sosial. Metode pelatihan dilakukan melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan peserta dalam membuat konten promosi.
3. Tahap Pendampingan
Setelah pelatihan selesai, peserta diberikan pendampingan dalam proses pembuatan dan pengunggahan konten di media sosial. Pendampingan dilakukan untuk membantu peserta yang masih mengalami kesulitan dalam editing video maupun pengelolaan akun media sosial.
4. Tahap Monitoring dan Evaluasi
Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap hasil konten yang dibuat peserta, kemampuan peserta dalam menggunakan aplikasi editing, serta keaktifan peserta dalam mengunggah konten promosi.

D. PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Kegiatan diawali dengan observasi dan identifikasi kebutuhan anggota KUBE terkait pemasaran digital. Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa sebagian besar peserta belum memahami teknik pembuatan konten digital dan masih mengandalkan pemasaran secara langsung.

Pada tahap pelaksanaan pelatihan, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya content creator dalam strategi pemasaran digital. Peserta dikenalkan pada berbagai platform media sosial yang dapat digunakan untuk promosi usaha seperti Instagram, TikTok, dan Facebook.

Selanjutnya peserta diberikan pelatihan teknik pengambilan video produk menggunakan smartphone. Peserta diajarkan mengenai pencahayaan, sudut

pengambilan gambar, dan teknik pengambilan video sederhana agar hasil konten terlihat lebih menarik. Setelah itu peserta melakukan praktik langsung membuat video promosi produk masing-masing.

Tahap berikutnya adalah pelatihan editing video menggunakan aplikasi mobile yang mudah digunakan. Peserta diajarkan cara memotong video, menambahkan musik, memberikan teks promosi, dan menyusun transisi sederhana pada video. Selain itu, peserta juga diberikan pelatihan mengenai teknik copywriting dalam penyusunan caption promosi agar lebih menarik perhatian konsumen.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti pelatihan. Sebagian besar peserta mampu mengikuti praktik pembuatan konten dengan baik meskipun masih memerlukan pendampingan pada tahap editing video.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam membuat konten digital sederhana. Peserta menjadi lebih memahami cara memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi usaha. Selain itu, peserta juga mulai berani mengunggah hasil konten promosi pada akun media sosial masing-masing.

Beberapa peserta menyampaikan bahwa pelatihan ini membantu mereka memahami cara promosi yang lebih modern dan sesuai dengan perkembangan teknologi digital. Dengan adanya pelatihan content creator ini, anggota KUBE diharapkan mampu meningkatkan pemasaran produk dan memperluas jangkauan konsumen secara lebih efektif.



Gambar 1. Kegiatan Observasi dan Pendataan UMKM



Gambar 2. Pelaksanaan Pelatihan Content Creator

E. PENUTUP

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Nklitih Kecamatan Plandaan Kabupaten Jombang, dapat disimpulkan bahwa pelatihan content creator memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan digital anggota Kelompok Usaha Bersama (KUBE). Melalui pendekatan praktik langsung dan pendampingan, peserta mampu memahami teknik dasar pembuatan konten digital, penggunaan aplikasi editing video sederhana, hingga pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi usaha secara mandiri. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya digital marketing dalam pengembangan usaha serta meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam membuat dan mengunggah konten promosi di media sosial. Selain itu, peserta mulai memahami pentingnya konsistensi dalam membuat konten sebagai upaya memperluas jangkauan pemasaran produk. Meskipun dampak ekonomi belum terlihat secara signifikan dalam jangka pendek, program ini menunjukkan potensi dalam meningkatkan daya saing usaha masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital secara berkelanjutan.

Untuk pengembangan program pengabdian serupa di masa mendatang, beberapa saran yang dapat diberikan antara lain:

1. Perlu dilakukan pendampingan lanjutan agar peserta lebih konsisten dalam membuat dan mengunggah konten promosi di media sosial.
2. Diperlukan pelatihan tambahan mengenai strategi branding dan pemasaran digital berbasis media sosial agar kemampuan peserta semakin berkembang.
3. Pemerintah desa dan lembaga terkait diharapkan dapat mendukung pengembangan keterampilan digital masyarakat melalui program pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dedi Purwana, Rahmi, Shandy Aditya. 2017. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Umkm)." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani* 1(1):1–17. doi:<https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>.
- Ellis-Chadwick, Dave Chaffey & Fiona. 2019. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. 7th ed. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan. 2017. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. John Wiley & Sons.
- Rahayu, Rita, and John Day. 2017. "E-Commerce Adoption by SMEs in Developing Countries: Evidence from Indonesia." *Eurasian Business Review* 7(1):25–41. doi:10.1007/s40821-016-0044-6.
- Suharto, Edi, ed. 2017. *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial Dan Pekerjaan Sosial*. PT Refika Aditama.
- Susilowati, Tri, Fahrina Mustafa, Tyahya Whisnu Hendratni, and Muhammad Hery Santosa. 2025. "Pelatihan Dan Penguatan Literasi Digital Untuk Meningkatkan Kapasitas Umkm Menuju Pasar Internasional." 4(1):2554–58.
- Tuten, racy L., and Michael R. Solomon. 2020. *Social Media Marketing*. Sage Publications.