

Pelatihan Konten Digital Karang Taruna sebagai Agen Promosi Potensi Lokal

**Yani Sri Mulyani¹, Yanti Apriyani², Miftah Farid Adiwisastra³, Egi Azwul Fikri⁴,
Ilham Farhanul Hakim⁵, Rizky Akbar Firdaus Rustiman⁶, Anggi Damayanti
Utami⁷, Febi Yulianti⁸**

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Yani Sri Mulyani

E-mail: yani.ymn@bsi.ac.id

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara masyarakat mempromosikan potensi lokal. Transformasi digital menjadi langkah penting menuju masyarakat yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Namun demikian, banyak desa di Indonesia yang memiliki kekayaan sumber daya alam, budaya, dan produk khas belum mampu memasarkan potensinya secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan di bidang digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan anggota Karang Taruna, pelaku UMKM dan masyarakat desa dalam mengembangkan serta memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi potensi daerah, baik dalam bidang produk unggulan, pariwisata, maupun kebudayaan. Melalui pelatihan ini, peserta memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan konten digital yang menarik dan efektif, seperti fotografi, videografi, penulisan narasi promosi, serta pemanfaatan media sosial sebagai platform publikasi. Diharapkan setelah mengikuti kegiatan ini, Karang Taruna dapat berperan sebagai agen promosi digital yang kreatif dan inovatif dalam memperkenalkan potensi desa ke tingkat nasional maupun internasional. Kegiatan ini juga menjadi langkah strategis dalam mendorong transformasi digital di tingkat desa, memperkuat semangat kolaborasi antar pemuda, dan menciptakan dampak positif terhadap pembangunan ekonomi serta citra desa di era digital. Metode pelaksanaan meliputi pelatihan interaktif, praktik langsung pembuatan konten (foto, video, media sosial), serta pendampingan dalam publikasi digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan peserta dalam menggunakan media digital, menghasilkan konten promosi yang menarik, dan meningkatnya kesadaran terhadap pentingnya branding lokal

Kata kunci - Karang Taruna, konten digital, promosi potensi lokal, pemberdayaan pemuda, media sosial

Abstract

The development of information and communication technology has brought significant changes to various aspects of life, including how communities promote local potential. Digital transformation is an important step towards a society that is adaptable to technological developments. However, many villages in Indonesia, despite their rich natural resources, cultural heritage, and unique products, have not been able to market their potential optimally due to limited knowledge and skills in the digital field. This community service activity aims to enhance the ability of Karang Taruna members, MSME actors, and village communities in developing and utilizing digital media as a means of promoting regional potential, whether in the fields of superior products, tourism, or culture. Through this training, participants gain knowledge and skills in creating engaging and effective digital content, such as photography, videography, writing promotional narratives, and utilizing social media as a publication platform. It is hoped that after participating in this activity, the Karang Taruna can act as creative and innovative

digital promotion agents in introducing the village's potential to both national and international levels. This activity is also a strategic step in driving digital transformation at the village level, strengthening the spirit of collaboration among youth, and creating a positive impact on economic development and the village's image in the digital era. The implementation methods include interactive training, hands-on content creation practice (photos, videos, social media), and guidance in digital publication. The results of the activity show a significant improvement in participants' skills in using digital media, creating engaging promotional content, and increasing awareness of the importance of local branding.

Keywords - Karang Taruna, digital content, promotion of local potential, youth empowerment, social media.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara masyarakat mempromosikan potensi lokal. Transformasi digital menjadi langkah penting menuju masyarakat yang adaptif terhadap perkembangan teknologi (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2022). Namun demikian, banyak desa di Indonesia yang memiliki kekayaan sumber daya alam, budaya, dan produk khas belum mampu memasarkan potensinya secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan di bidang digital.

Jumlah Penduduk Kecamatan Jatiwaras hasil registrasi penduduk pada tingkat Desa pada tahun 2020 adalah 52.019 orang dengan rincian laki-laki 26.414 orang dan Perempuan 25.605 orang, dengan demikian seks rasio penduduk kecamatan Jatiwaras sebesar 103, Dan dengan luas wilayah 74,647 Km persegi sehingga kepadatan penduduk per Km persegi adalah sebesar 70 orang. Desa Kaputihan merupakan desa terpadat dengan 105 orang per kilometer. (BPS Kabupaten Tasikmalaya, 2020). Desa Kaputihan terletak di wilayah Kecamatan. Jatiwaras, Kabupaten. Tasikmalaya, yang terdiri dari 5 dusun 10 RW dan 29 RT yang memiliki populasi sekitar 8.471 jiwa, Sebagian besar masyarakatnya bergantung pada sektor pertanian dan UMKM sebagai mata pencaharian utama. Desa ini juga memiliki berbagai potensi, selain olahan rumahan produk dari UMKM setempat ada juga hasil masyarakatnya kerajinan tangan seperti kerajinan samak dan kerajinan kayu, yang belum dikelola secara maksimal untuk meningkatkan taraf hidup masyarakatnya. (BPS Kabupaten Tasikmalaya, 2020) Saat ini, desa menghadapi beberapa tantangan yang menghambat perkembangan. Kurangnya keterampilan digital masyarakat menyebabkan kesulitan dalam memasarkan produk unggulan desa secara online. Promosi produk unggulan desa yang minim juga membuat potensi lokal kurang dikenal di pasar yang lebih luas.

Perkembangan cepat teknologi informasi saat ini yang umumnya dikenal sebagai jejaring sosial atau media, setiap hari kita tidak melihat siapa pun yang tidak menggunakan teknologi dewasa ini untuk anak-anak, bahkan ada istilah untuk penggunaan teknologi ini, terutama dunia di tangan kita, teknologi datang dalam bentuk perangkat lunak seperti Internet, Facebook, Twitter, WhatsApp, Tik Tok dan perangkat keras, seperti laptop, telepon. (Mulyani et al., 2022) Sebagai wadah generasi muda di tingkat desa, Karang Taruna memiliki peran strategis dalam menggerakkan masyarakat untuk beradaptasi dengan perubahan zaman. Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (4) menunjukkan bahwa Karang Taruna dapat menjadi penggerak utama dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal, terutama melalui pemanfaatan teknologi digital. Oleh karena itu, pelatihan konten digital bagi Karang Taruna menjadi langkah penting untuk membekali pemuda desa agar mampu menjadi agen perubahan yang berperan aktif dalam memperkenalkan potensi lokal ke ranah yang lebih luas.

Kegiatan ini juga sejalan dengan pedoman yang dikeluarkan oleh Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kementerian Desa, 2021), yang menekankan pentingnya pembangunan desa berbasis potensi lokal. Selain itu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (6) menegaskan bahwa kemampuan pemasaran digital merupakan faktor kunci dalam mendukung promosi desa wisata dan produk unggulan daerah. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan dapat menjadi upaya strategis dalam mendukung program transformasi digital desa

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

melalui pemberdayaan pemuda dan pemanfaatan teknologi digital secara kreatif, berkelanjutan, dan berdampak ekonomi.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dirancang untuk menjawab tantangan-tantangan ini dengan melibatkan mahasiswa dalam pengabdian langsung kepada masyarakat. Pelaksanaan kegiatan "Dari Desa Untuk Dunia: Pelatihan Konten Digital" memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Meningkatkan kapasitas pemuda desa, khususnya anggota Karang Taruna, dalam pembuatan dan pengelolaan konten digital (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization, 2021)
2. Mendorong pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi potensi lokal, baik produk, pariwisata, maupun budaya desa (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022)
3. Menumbuhkan kreativitas dan inovasi dalam memperkenalkan potensi desa kepada masyarakat luas, termasuk pasar nasional dan global (Prasetyo, D., & Nugroho, 2020)
4. Membangun jejaring dan kolaborasi digital antar pemuda desa, pelaku usaha lokal, dan pihak terkait lainnya, sebagaimana diuraikan dalam laporan Badan Pusat Statistik (Badan Pusat Statistik, 2023) mengenai peran pemuda dalam ekonomi digital.
5. Mendukung program pengembangan ekonomi desa melalui promosi digital yang berkelanjutan dan berbasis komunitas (Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, 2021)

Permasalahan Mitra

Meskipun perkembangan teknologi digital semakin pesat dan akses internet di wilayah pedesaan terus meningkat, pemanfaatan teknologi tersebut untuk promosi potensi lokal masih sangat terbatas. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (Badan Pusat Statistik, 2023), tingkat literasi digital di kalangan masyarakat pedesaan masih lebih rendah dibandingkan masyarakat perkotaan. Hal ini berdampak pada rendahnya kemampuan promosi digital terhadap produk dan potensi unggulan desa. Selain itu, masih banyak pemuda desa, termasuk anggota Karang Taruna, yang belum memiliki keterampilan teknis dalam pembuatan konten digital seperti fotografi, videografi, penulisan kreatif, dan pengelolaan media sosial (Prasetyo, D., & Nugroho, 2020). Akibatnya, potensi lokal seperti produk kerajinan, kuliner khas, serta daya tarik wisata desa belum dikenal luas dan sulit bersaing di pasar digital yang semakin kompetitif.

Permasalahan lainnya adalah kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital yang efektif serta minimnya kolaborasi antar pihak, baik antara Karang Taruna, pemerintah desa, pelaku UMKM, maupun lembaga pendukung lainnya (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Keterbatasan ini menyebabkan upaya promosi desa masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan potensi media digital secara optimal.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa pelatihan "Konten Digital Karang Taruna sebagai Agen Promosi Potensi Lokal" kepada Karang Taruna. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dilaksanakan pada:

- Hari : Sabtu, 8 November 2025
Waktu : 08.00 s.d 12.00 WIB
Tempat : Aula Desa Kaputihan
Alamat : Jl. Desa Kaputihan, Kecamatan Jatiwaras, Kabupaten Tasikmalaya Jawa Barat 46262.

Pelaksanaan kegiatan ini akan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

Sesi Pengenalan Literasi Digital

1. Pemaparan tentang konsep literasi digital, keamanan bermedia, dan potensi ekonomi digital desa
2. Workshop Produksi Konten Digital

Pelatihan langsung mengenai teknik fotografi produk, videografi, penulisan caption promosi, dan pengelolaan media sosial desa. Peserta diarahkan membuat konten sesuai potensi

lokal masing-masing, seperti kuliner, kerajinan, atau destinasi wisata

3. Praktik Lapangan dan Simulasi Publikasi

Peserta dibagi dalam kelompok kecil untuk mempraktikkan pembuatan konten dan mengunggah hasilnya ke platform digital

4. Sesi Diskusi dan Evaluasi

Setiap kelompok mempresentasikan hasil konten yang dibuat. Fasilitator dan peserta lain memberikan umpan balik untuk meningkatkan kualitas karya.

5. Rencana Tindak Lanjut (Follow-up Plan)

Di akhir kegiatan, peserta menyusun rencana tindak lanjut berupa pembentukan Tim Promosi Digital Karang Taruna yang akan mengelola konten desa secara berkelanjutan.



Gambar 1.

Tutor dari Dosen menjelaskan Konten Digital



Gambar 2.

tutor dari mahasiswa pratek langsung di media sosial



Gambar 4.

Peserta pelatihan karang taruna dan pelaku UMKM Desa Kaputihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat untuk mengatasi permasalahan serta Untuk menjawab tantangan rendahnya literasi digital dan belum optimalnya promosi potensi lokal di desa, diperlukan langkah strategis dan kolaboratif yang melibatkan berbagai pihak. Beberapa solusi yang diimplementasikan melalui kegiatan “Dari Desa Untuk Dunia: Pelatihan Konten Digital” antara lain sebagai berikut:

1. Peningkatan Literasi dan Keterampilan Digital

Pelatihan ini memberikan pemahaman dasar mengenai literasi digital, keamanan siber, dan etika bermedia sosial. Kegiatan ini sejalan dengan panduan Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Strategi Nasional Literasi Digital Indonesia, 2023) yang menekankan pentingnya penguatan literasi digital masyarakat desa sebagai fondasi transformasi digital nasional.

2. Pengembangan Kompetensi Produksi Konten Kreatif

Peserta dilatih untuk membuat konten digital yang menarik, seperti foto produk, video profil desa, dan narasi promosi kreatif. Langkah ini mendukung temuan Sari dan Widodo (Sari, D., & Widodo, 2022) bahwa pelatihan konten digital dapat meningkatkan daya saing produk lokal dan memperluas jangkauan pasar UMKM desa.

3. Penguatan Peran Karang Taruna sebagai Duta Digital Desa

Karang Taruna diarahkan untuk menjadi agen promosi yang aktif dalam memperkenalkan potensi desa melalui media digital. Menurut Hidayat (Hidayat, 2021), peran pemuda sebagai penggerak inovasi desa sangat efektif dalam mempercepat adaptasi masyarakat terhadap teknologi informasi.

4. Kolaborasi Multipihak dan Pendampingan Berkelanjutan

Pelatihan ini menekankan pentingnya kerja sama antara pemerintah desa, lembaga pendidikan, pelaku usaha, dan komunitas kreatif. Model kolaboratif seperti ini terbukti efektif dalam pemberdayaan masyarakat desa berbasis digital (Kusuma, 2020)

5. Pemanfaatan Platform Digital sebagai Media Promosi Desa

Desa didorong untuk membangun branding melalui website resmi, kanal media sosial, dan marketplace digital. Menurut Putri dan Santoso (Putri, M., & Santoso, 2021), optimalisasi platform digital dapat meningkatkan visibilitas desa wisata dan memperkuat identitas ekonomi kreatif lokal.

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan konten digital bagi Karang Taruna terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta dalam memproduksi dan mempublikasikan konten digital untuk promosi potensi local. Pelatihan ini meningkatkan kompetensi teknis sekaligus menumbuhkan rasa bangga terhadap potensi daerah. Untuk keberlanjutan program, disarankan adanya pendampingan lanjutan dan dukungan fasilitas digital dari pemerintah desa serta kemitraan dengan pelaku ekonomi kreatif .

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik pemuda Indonesia 2023*.

BPS Kabupaten Tasikmalaya. (2020). *Kecamatan Jatiwaras dalam rangka 2020*. BPS Kabupaten Tasikmalaya.

Hidayat, A. (2021). Peran pemuda dalam transformasi digital desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Digital*, 3(1), 45–55.

Indonesia., K. P. dan O. R. (2023). *Panduan pemberdayaan Karang Taruna di era digital*. Kemenpora.

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan T. (2021). *Mendukung program pengembangan ekonomi desa melalui promosi digital yang berkelanjutan dan berbasis komunitas*. Kemendesa PDTT.

Kementerian Desa, P. D. T. (2021). *Mendukung program pengembangan ekonomi desa melalui promosi digital*

- yang berkelanjutan dan berbasis komunitas. Kemendesa PDTT. Strategi nasional literasi digital Indonesia, (2023).
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Transformasi digital menuju masyarakat Indonesia 4.0*. Keminfo.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Mendorong pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi potensi lokal, baik produk, pariwisata, maupun budaya desa*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kusuma, R. (2020). Model kolaborasi multipihak dalam pemberdayaan masyarakat berbasis digital. *Jurnal Pemberdayaan Sosial*, 5(2), 134–150.
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. *Hospitality*, 11(1), 291–296. <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>
- Prasetyo, D., & Nugroho, A. (2020). *Digital marketing untuk UMKM desa: Strategi dan implementasi*. deepublish.
- Pratama, A. (2021). *Digital marketing untuk pengembangan UMKM lokal*. deepublish.
- Putri, M., & Santoso, B. (2021). Optimalisasi media digital dalam promosi desa wisata berbasis ekonomi kreatif. *Jurnal Komunikasi Dan Pariwisata*, 8(1), 22–34.
- Sari, D., & Widodo, T. (2022). Dampak pelatihan konten digital terhadap peningkatan pemasaran produk lokal desa. *Jurnal Teknologi Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(3), 99–108.
- United Nations Educational Scientific and Cultural Organization. (2021). *Empowering youth through digital skills: A guide for local communities*. UNESCO Publishing.