



Journal of Human And Education

Volume 5, No. 1, Tahun 2025, pp 225-229

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

Pelatihan Teknik Pembuatan Konten Menarik dan Informatif Untuk Media Sosial Bagi Penggiat Literasi Digital Desa Gladagsari, Boyolali

Maya Utami Dewi^{1✉}, Aris Sarwo Nugroho², Siti Kholifah³, Yuli Fitrianto⁴, Siswanto⁵, Sumaryanto⁶, Nanik Qosidah⁷, Ayyub Hamdanu Budi Nurmana⁸, Candra Supriadi⁹, Tri Imaliya¹⁰

Universitas Sains dan Teknologi Komputer

Email: maya@stekom.ac.id^{1*}, sarwo@stekom.ac.id², olivstekom@gmail.com³, yulif@stekom.ac.id⁴, syswebcosmg@gmail.com⁵, sumaryanto@stekom.ac.id⁶, qosidah16@gmail.com⁷, nurmana@stekom.ac.id⁸, mascandracuand@gmail.com⁹, triimaliya@stekom.ac.id¹⁰

Abstrak

Di era digital yang semakin maju ini, media sosial telah menjadi platform utama bagi banyak individu dan organisasi dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada khalayak luas. Kegiatan pelatihan teknik pembuatan konten menarik dan informatif untuk media sosial bagi penggiat literasi digital di desa Gladagsari, Boyolali bertujuan untuk membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memberikan nilai informatif yang tinggi serta relevan. Konten yang baik tidak hanya mampu menarik perhatian audiens, tetapi juga mampu menyampaikan pesan dengan jelas dan meningkatkan interaksi serta engagement. Pelatihan ini diikuti oleh 15 orang peserta dan dilaksanakan di Desa Gondang, Kecamatan Ampel, Kabupaten Boyolali. Pelatihan menggunakan teknik penyampaian teori dan praktik. Materi pelatihan fokus pada pembuatan konten menarik dan inovatif untuk platform media sosial dengan teknik copywriting. Hasil dari pelatihan menunjukkan hasil yang memuaskan dengan meningkatnya kemampuan peserta dalam membuat konten di media sosial dengan nilai 78% yang masuk dalam kategori baik.

Kata Kunci: *Konten, Media Sosial, Literasi Digital, Boyolali*

Abstract

In this increasingly advanced digital era, social media has become the leading platform for many individuals and organizations to convey messages and information to a broad audience. The training activity on interesting and informative content creation techniques for social media for digital literacy activists in Gladagsari Village, Boyolali, aims to equip participants with the knowledge and skills needed to create content that not only attracts attention but also provides high informative value and relevance. Good content is not only able to attract the attention of the audience but is also able to convey messages clearly and increase interaction and engagement. This training was attended by 15 participants and was held in Gondang Village, Ampel District, Boyolali Regency. The training uses theoretical and practical delivery techniques. The training material focuses on creating interesting and innovative content for social media platforms with copywriting techniques. The results of the training showed satisfactory results with an increase in participants' ability to create content on social media with a value of 78%, which is included in the good category.

Keywords: *Content, Social Media, Digital Literacy, Boyolali*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membuka berbagai peluang baru dalam berbagi informasi dan pengetahuan. Media sosial, sebagai salah satu produk utama dari perkembangan ini, telah menjadi sarana yang sangat efektif dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada khalayak luas. Penggiat literasi digital di desa memiliki peran strategis dalam memanfaatkan platform ini untuk meningkatkan kualitas literasi dan pendidikan di masyarakat. Pelatihan teknik pembuatan konten menarik dan informatif untuk media sosial bagi penggiat literasi digital di desa bertujuan untuk membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memberikan nilai informatif yang tinggi.

Pelatihan teknik pembuatan konten menarik dan informatif untuk media sosial bagi penggiat literasi digital merupakan suatu langkah strategis dalam meningkatkan kemampuan individu dan kelompok dalam memanfaatkan platform digital untuk tujuan pemasaran dan komunikasi. Dalam konteks ini, pelatihan tidak hanya berfokus pada aspek teknis pembuatan konten, tetapi juga pada pemahaman yang lebih dalam mengenai audiens, strategi pemasaran, dan penggunaan alat digital yang relevan. Salah satu aspek penting dari pelatihan ini adalah pemahaman tentang desain grafis dan pembuatan konten visual yang menarik. Pelatihan yang mencakup teknik dasar desain grafis yang esensial untuk menghasilkan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga sesuai dengan identitas merek (Nugraha et al., 2024).

Selain aspek visual, pelatihan juga harus mencakup teknik *copywriting* yang efektif. *Copywriting* merupakan seni menulis teks yang bertujuan untuk mempromosikan produk atau layanan dan mempengaruhi audiens untuk mengambil tindakan tertentu. Implementasi teknik *copywriting* digunakan untuk membuat konten yang akan dibagikan melalui media sosial (Sari et al., 2024). Dalam konteks UMKM, pelatihan *copywriting* dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga mampu meningkatkan konversi penjualan (Malik & Octafia, 2023). Dengan demikian, penggabungan antara desain visual yang menarik dan teks yang persuasif menjadi kunci dalam menciptakan konten yang efektif di media sosial.

Selanjutnya, pentingnya pemahaman audiens juga tidak dapat diabaikan. Pelatihan yang baik harus mencakup analisis audiens untuk memahami preferensi dan perilaku mereka di media sosial. Dengan memahami audiens, peserta pelatihan dapat menciptakan konten yang lebih relevan dan menarik bagi target pasar mereka. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa konten yang disesuaikan dengan kebutuhan dan minat audiens memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi (Abdurrahman et al., 2023). Oleh karena itu, pelatihan harus mencakup teknik untuk melakukan riset audiens dan analisis data yang dapat membantu dalam pengambilan keputusan konten.

Dalam pelatihan ini, penggunaan platform media sosial juga harus diperhatikan. Setiap platform memiliki karakteristik dan audiens yang berbeda, sehingga strategi konten yang digunakan harus disesuaikan. Misalnya, konten yang efektif di Instagram mungkin tidak sama dengan yang efektif di Facebook atau Twitter. Pelatihan yang dilakukan di berbagai lokasi menunjukkan bahwa pemahaman tentang platform yang tepat dapat meningkatkan efektivitas pemasaran digital (Kadiyono et al., 2024). Oleh karena itu, peserta pelatihan perlu diberikan wawasan tentang cara memilih platform yang sesuai untuk produk atau layanan mereka.

Aspek lain yang penting dalam pelatihan adalah praktik langsung. Pelatihan yang hanya bersifat teoritis tidak akan memberikan hasil yang optimal. Oleh karena itu, pelatihan harus mencakup sesi praktik di mana peserta dapat langsung menerapkan apa yang telah mereka pelajari. Dalam beberapa program pelatihan, peserta diminta untuk membuat konten mereka sendiri dan kemudian mendapatkan umpan balik dari instruktur (Mardiana et al., 2023). Hal ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis tetapi juga membangun kepercayaan diri peserta dalam menggunakan alat digital.

Selain itu, pelatihan juga harus mencakup aspek evaluasi dan pengukuran efektivitas konten yang telah dibuat. Peserta perlu diajarkan cara untuk menganalisis performa konten mereka di media sosial, termasuk metrik keterlibatan seperti *likes*, *shares*, dan

comments. Dengan memahami metrik ini, peserta dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan efektivitas konten mereka di masa depan (Saputra et al., 2024). Evaluasi yang berkelanjutan juga membantu dalam mengidentifikasi tren dan preferensi audiens yang berubah seiring waktu.

Pentingnya kolaborasi dalam pelatihan juga tidak dapat diabaikan. Pelatihan yang melibatkan kolaborasi antara peserta dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan konten. Dalam beberapa program, peserta bekerja dalam kelompok untuk menciptakan kampanye pemasaran yang komprehensif, yang memungkinkan mereka untuk belajar dari satu sama lain dan berbagi ide (Setiono et al., 2024). Kolaborasi ini juga dapat memperluas jaringan profesional peserta, yang sangat berharga dalam dunia bisnis yang semakin terhubung. Dalam konteks literasi digital, pelatihan ini juga berfungsi untuk meningkatkan kesadaran peserta tentang isu-isu yang berkaitan dengan privasi dan etika dalam pemasaran digital. Peserta perlu memahami tanggung jawab mereka dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga etis dan tidak menyesatkan. Pelatihan yang mencakup diskusi tentang etika digital dapat membantu peserta menjadi pemasar yang lebih bertanggung jawab (Taufik et al., 2023).

Observasi awal dilakukan tim dari dosen dalam mengumpulkan permasalahan yang dihadapi penggiat literasi digital Desa Gladagsari, Boyolali. Berdasarkan fakta lapangan terungkap perlunya pelatihan dalam pembuatan konten menarik dan informatif untuk media sosial sebagai sarana edukasi kepada masyarakat dalam substansi literasi digital. Dengan perkembangan teknologi dan tren pemasaran yang cepat berubah, peserta perlu terus diperbarui dengan pengetahuan dan keterampilan terbaru. Program pelatihan yang berkelanjutan dapat mencakup sesi pembaruan reguler, *workshop*, dan akses ke sumber daya *online* yang relevan (Herwani & Qomariyah, 2024). Dengan pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan, pelatihan ini dapat memberikan dampak yang signifikan bagi komunitas penggiat literasi digital desa Gladagsari, Boyolali dalam memanfaatkan media sosial secara efektif.

METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan teknik pembuatan konten menarik dan informatif untuk media sosial bagi penggiat literasi digital desa Gladagsari dan acara diadakan secara offline di Rumah makan Mbah Bingah, Kecamatan Ampel, Kabupaten Boyolali pada tanggal 7 November 2024. Berikut ini merupakan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) dengan berbagai tahapan untuk memberikan solusi bagi mitra masyarakat dan dijalankan melalui langkah-langkah kegiatan sebagai berikut:

1) Penilaian Kebutuhan

Melakukan identifikasi kebutuhan serta tingkat pemahaman awal peserta tentang pembuatan konten melalui survei dan wawancara.

2) Pengembangan Materi Pelatihan

Menyusun modul pelatihan yang mencakup berbagai aspek pembuatan konten menarik dan informatif, seperti penulisan naskah, videografi, dan desain grafis.

3) Pelaksanaan Pelatihan

Melaksanakan pelatihan secara interaktif dengan metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung.

4) Evaluasi dan *Feedback*

Parameter efektivitas pelatihan melalui *feedback* dari peserta pelatihan untuk perbaikan kegiatan di masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pembuatan konten teknik pembuatan konten menarik dan informatif untuk media sosial bagi penggiat literasi digital Desa Gladagsari di Boyolali oleh tim pengabdian kepada masyarakat dari Universitas Sains dan Teknologi Komputer dilaksanakan pada hari Kamis tanggal 7 November 2024. Kegiatan pelatihan ini berlangsung di Desa Gondang, Kecamatan Ampel dan diikuti 15 peserta dari perwakilan penggiat literasi digital di Desa Gladagsari. Pelatihan berlangsung dalam tiga tahapan, diantaranya: tahap pertama pelatihan copywriting, tahap kedua pembuatan konten menarik dan informatif media

sosial, dan tahap ketiga etika dalam menggunakan media sosial.

Bukti dokumentasi kegiatan pelatihan pembuatan konten menarik di media sosial:

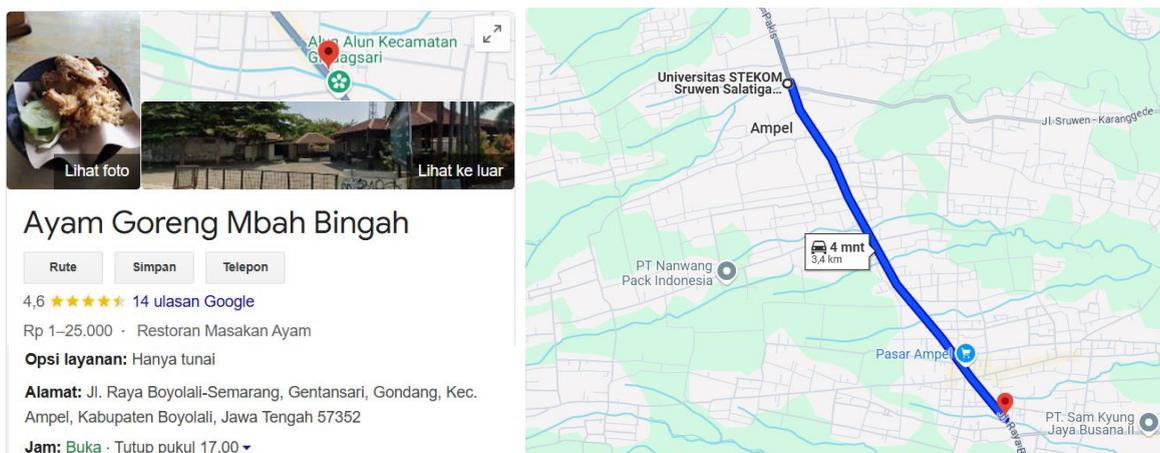


Dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan konten yang menarik dan informatif dalam media sosial kepada penggiat literasi digital di Desa Gladagsari diikuti 15 orang peserta.



Gambar 2. Peserta dan Pemateri Kegiatan Pelatihan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pembukaan menjadi sesi awal kegiatan pelatihan dengan diawali ketua pengabdian, dilanjutkan perwakilan dari penggiat literasi digital Desa Gladagsari, kemudian sesi kedua penyampaian materi oleh beberapa pemateri dari dosen Universitas Sains dan Teknologi Komputer, selanjutnya sesi ketiga praktik dan sesi tanya jawab, serta sesi terakhir penutupan dan ramah tamah.



Gambar 3. Lokasi dan Jarak Lokasi Pelatihan

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan teknik pembuatan konten menarik dan informatif untuk media sosial bagi penggiat literasi digital Desa Gladagsari, Boyolali telah berhasil dilaksanakan dengan hasil yang sangat memuaskan. Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan mereka untuk membuat konten yang menarik dan informatif. Mereka telah memahami teknik-teknik penulisan yang efektif, penggunaan visual yang menarik, dan

pemanfaatan berbagai alat serta aplikasi untuk mendukung proses kreatif. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan dalam strategi keterlibatan audiens, yang penting untuk menyampaikan pesan dengan lebih efektif melalui media sosial. Diharapkan akan ada pelatihan lanjutan yang lebih mendalam mengenai teknik-teknik pembuatan konten yang spesifik, seperti pembuatan video pendek dan infografis, dimana ini akan membantu penggiat literasi digital desa untuk lebih kreatif dan variatif dalam menyampaikan pesan kepada audiens mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A., Irany, R. B. F., Kurniawan, D., Dakwah, M. M., & Rinuastuti, B. H. (2023). Pelatihan Strategi Menarik Konsumen Melalui Konten Media Sosial pada Pelaku Usaha. *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(1), 31–40. <https://doi.org/10.30812/adma.v4i1.2847>
- Herwani, S., & Qomariyah, S. (2024). Pelatihan Pembuatan Konten LMS bagi Guru di MTs Hasyim Asy'ari Kecamatan Gebog. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 18–27. <https://doi.org/10.31294/jabdinas.v7i1.14669>
- Kadiyono, A., Nugraha, Y., Surwangi, L., Imam, M., Ghassani, F., Angelica, A., Fathia, R., & Gasman, M. (2024). Pelatihan Optimalisasi Platform Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Produk UMKM Di Dusun Sukanegla, Desa Mekarsari. *Jurnal Abdi Insani*, 11(2), 1446–1456. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i2.1543>
- Malik, R. A., & Octafia, S. M. (2023). Diseminasi Pentingnya Copywriting Untuk Meningkatkan Engagement Bagi Komunitas Ikan Hias. *Jurnal Altifani Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 595–602. <https://doi.org/10.59395/altifani.v3i4.461>
- Mardiana, T., Elyana, I., Nur Sulistyowati, D., Kanaya Salsabila Setiawan, Nur Khofifah, & Nakdin Satria Firmansya. (2023). Pelatihan Konten Digital Marketing untuk Tingkatkan Customer Engagement UMKM Kopi Goenoeng Berjaya. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 44–51. <https://doi.org/10.35134/jmi.v30i2.154>
- Nugraha, N., Novantara, P., & Nugraha, D. (2024). Eksplorasi Canva: Pelatihan Konten Visual yang Praktis untuk Pemasaran Produk Lokal di Kabupaten Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(3), 467–474. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i3.843>
- Saputra, A., Utari, D., & Furqon, M. (2024). Analisis Strategi Content Marketing Dalam Menciptakan Customer Engagement (Studi Pada Umkm Manda Cake). *JEMBATAN (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Auditing, Dan Akuntansi)*, 8(2), 122–130. <https://doi.org/10.54077/jembatan.v8i2.167>
- Sari, P., Andrayani, D., Andrian, A., Mulyani, M., Yuniarto, P., Rahayu Handayani, S., & Fadly, F. (2024). Digitalisasi UMKM Kecamatan Rancabungur Melalui Teknik Copywriting Digital Marketing. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 157–167. <https://doi.org/10.37802/society.v4i2.501>
- Setiono, A. M., Christabeline, M. V., & Pandiangan, R. N. A. (2024). Social Innovation Project Kegiatan Pelatihan Pembuatan Konten Penjualan Di Kampung Kue Kering Sawahan. *Jurnal Pengabdian Sosial*, 1(3), 58–61. <https://doi.org/10.59837/7rkgwb77>
- Taufik, T., Pamuji Setiawan, Yuri Fitriani, Eko Hendrawan, Sucipto, S., & Anggi Andriyadi. (2023). Penyuluhan Pemanfaatan Sosial Media Untuk Pemasaran Produk Umkm Di Masa Era Digitalisasi. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 523–528. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v3i3.6269>