



## Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif Media Sosial untuk Promosi UMKM di Kabupaten Subang

Vikry Abdullah Rahiem  
Universitas Pasundan  
[vikry.ar@unpas.ac.id](mailto:vikry.ar@unpas.ac.id)

Yogi Muhammad Yusuf  
Universitas Pasundan  
[yogimy@unpas.ac.id](mailto:yogimy@unpas.ac.id)

Charisma Asri Fitrananda  
Universitas Pasundan  
[charisma.asri@unpas.ac.id](mailto:charisma.asri@unpas.ac.id)

DOI: 10.25008/massa.v1i2.201

**Submitted:** December 1, 2023; **Revised:** December 20, 2023; **Accepted:** December 31, 2023

\*Penulis Korespondensi

### ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemberdayaan potensi UMKM masyarakat Desa Jalancagak di Kabupaten Subang, Jawa Barat khususnya pada produk makanan olahan dari buah nenas seperti keripik dan dodol nenas, dengan membuat konten kreatif media sosial untuk promosi produk mereka. Melalui pelatihan pembuatan konten media sosial kreatif, para pelaku usaha dapat belajar membuat konten yang menarik dan kreatif untuk mempromosikan produk mereka dengan cara yang efektif dan efisien. Dengan adanya promosi yang baik di media sosial, para UMKM dapat meningkatkan peluang penjualan produk mereka dan membangun *branding* dan reputasi yang baik untuk produk mereka. Selain itu, pemberdayaan potensi UMKM di Desa Jalancagak juga dapat memberikan dampak positif pada lingkungan, karena dapat mendorong pengembangan pertanian nenas dan meminimalkan limbah buah nenas yang dapat mencemari lingkungan. Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) dapat membantu masyarakat dalam kegiatan-kegiatan dan menjadi wahana untuk saling belajar-mengajar, mengidentifikasi masalah, pengambilan keputusan, memobilisasi sumberdaya, dan berkomunikasi dengan pemerintah dan masyarakat.

**Kata kunci:** konten media sosial, pelatihan, UMKM

### ABSTRACT

This community service aims to increase the empowerment of the MSME potential of the Jalancagak village community in Subang Regency, especially in processed food products from pineapples such as chips and pineapple dodol, by creating creative social media content for the promotion of their products. Through creative social media content creation training, businesses can learn to create interesting and creative content to promote their products in an effective and efficient manner. With good promotions on social media, MSMEs can increase the chances of selling their products and build good branding and reputation for their products. In addition, empowering the potential of MSMEs in Jalancagak village can also have a positive impact on the environment, because it can encourage the development of sustainable pineapple farming and minimize pineapple fruit waste which can pollute the environment. Community Self-Help Groups (KSM) can assist the community in activities and become a vehicle for teaching and learning, identifying problems, making decisions, mobilizing resources, and communicating with the government and the community.

**Keywords:** MSMEs, social media content, training

## PENDAHULUAN

Potensi desa, merupakan segala sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang terdapat di desa. Semua sumber daya tersebut dapat dimanfaatkan bagi keberlangsungan dan perkembangan desa. Ketika kita mendengar kata potensi desa, pasti langsung mengarah pada potensi pemberdayaan UMKM di desa tersebut. Namun sebenarnya tidak hanya itu saja, melainkan juga sektor-sektor lain seperti ekonomi, pendidikan, sosial, lingkungan dan lain-lain yang juga ikut dikembangkan (Masterplan Desa, 2022).

Mengembangkan potensi di suatu desa tidaklah mudah, idealnya mengutamakan perencanaan yang matang dan tepat guna serta efektif dan juga efisien. Hal tersebut juga tidak lepas dari peran masyarakat dan pemerintah yang saling bahu-membahu dalam mengembangkan potensi desa. Secara umum tujuan dari adanya pengembangan potensi desa adalah untuk mendorong kemandirian masyarakat yang ada di desa tersebut melalui pemberdayaan masyarakat seperti halnya mengadakan pelatihan, inovasi alat baru, sosialisasi tentang cara pengolahan suatu produk dan lain-lain. Tentunya hal tersebut demi kesejahteraan masyarakat di desa tersebut. Salah satunya di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang.

Tema dari PKM ini adalah Pembuatan Konten Kreatif Sosial Media Untuk Promosi UMKM di Kecamatan Jalancagak, Kabupaten Subang, Jawa Barat. Pelatihan Konten Sosial Media Kreatif dapat menjadi sarana yang sangat berguna bagi para UMKM di masyarakat desa Kabupaten Subang dalam upaya promosi produk mereka. Dalam era digital seperti saat ini, penggunaan media sosial sangat penting dalam mempromosikan bisnis, terutama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan dalam akses pasar dan modal.

Dengan mengikuti pelatihan Konten Sosial Media Kreatif, para pelaku usaha dapat belajar bagaimana membuat konten yang menarik dan kreatif untuk mempromosikan produk mereka dengan cara yang efektif dan efisien. Hal ini dapat membantu mereka menjangkau calon konsumen lebih luas dan meningkatkan peluang penjualan produk mereka. Selain itu, dengan adanya promosi yang baik di media sosial, para UMKM juga dapat membangun branding dan reputasi yang baik untuk produk mereka, sehingga semakin meningkatkan kepercayaan dan minat konsumen untuk membeli produk mereka.

Pemberdayaan potensi UMKM masyarakat Desa Jalancagak di Kabupaten Subang, khususnya pada produk makanan olahan dari buah nanas seperti keripik nanas dan dodol nanas, dapat meningkatkan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat desa. Dengan membantu UMKM dalam pengembangan produk dan pemasaran, serta memberikan akses pada pelatihan dan modal usaha, dapat meningkatkan kualitas produk dan daya saing pasar. Selain itu, pemberdayaan ini juga dapat memberikan dampak positif pada lingkungan, karena dapat mendorong pengembangan pertanian nanas yang berkelanjutan dan meminimalkan limbah buah nanas yang dapat mencemari lingkungan. Oleh karena itu, pemberdayaan potensi UMKM masyarakat desa di Kabupaten Subang harus terus didorong dan dikembangkan agar dapat memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

Potensi desa yang beragam ini tentunya sayang jika tidak dipromosikan dengan menggunakan media baru yang kini digunakan hampir di seluruh dunia. Oleh sebab itu diperlukan peran Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang dapat membantu masyarakat dalam kegiatan-kegiatan. Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) adalah sekumpulan orang yang menyatukan diri dalam

usaha-usaha di bidang sosial ekonomi untuk mempromosikan potensi desa tersebut. KSM sebagai sebuah organisasi masyarakat kecil akar rumput biasanya beranggotakan 20 hingga 30 orang. KSM dibangun dengan motif solidaritas yang berkomitmen untuk pengembangan sosial ekonomi, dengan pendekatan pengembangan komunitas (*community development*). Kelompok Swadaya Masyarakat adalah wahana untuk saling belajar-mengajar, mengidentifikasi masalah, pengambilan keputusan, memobilisasi sumberdaya, dan berkomunikasi dengan pihak lain.

Untuk meningkatkan kinerja dan kapasitas KSM, diperlukan program pendampingan KSM. Pendampingan dimaksudkan sebagai upaya memberikan bantuan teknis kepada KSM agar mencapai dan meningkatkan kemandirian. Pendamping adalah mitra kelompok dan berfungsi sebagai motivator, fasilitator, dan mediator. Pendamping harus mempunyai komitmen dan kemampuan swadaya masyarakat.

Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) merupakan bagian integral dari lembaga kemasyarakatan yang aktivitasnya berorientasi pada penanggulangan kemiskinan mempunyai peranan sebagai: (1) sarana proses perubahan sosial, yaitu sebagai pendorong terjadinya perubahan paradigma, pembiasaan praktek nilai-nilai baru, cara pandang baru, serta melembagakannya dalam praktek kehidupan sehari-hari; (2) wadah pembahasan dan penyelesaian masalah, yaitu dengan cara menyelesaikan masalah bersama berdasarkan konsensus; (3) wadah aspirasi, yaitu dengan cara menerima, membahas dan menyalurkan setiap keinginan anggota; (4) wadah penggalang tumbuhnya kepercayaan dalam rangka membangun hubungan yang baik dengan pihak lain; (5) sumber ekonomi yang dapat meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

Pembentukan KSM yang mandiri dan mumpuni merupakan usaha untuk memberikan dampak positif dari penyelenggaraan KSM, baik dari segi sosial, ekonomi, maupun kemasyarakatan atau politik. Dari segi sosial kehadiran KSM diharapkan sebagai sumber pengetahuan dan keterampilan, identifikasi masalah, dan integrasi sosial. Dalam bidang ekonomi, kehadiran KSM diharapkan sebagai wadah untuk pemupukan modal, pengembangan usaha, kesempatan kerja, dan peningkatan pendapatan. Sedangkan dalam bidang kemasyarakatan atau politik, kehadiran KSM diharapkan menjadi media untuk menyadari hak dan kewajiban, partisipasi pembangunan, dan menjembatani kesenjangan. KSM diharapkan menjadi salah satu kelompok yang berkontribusi besar dalam gerakan revitalisasi tiap wilayah, tidak hanya desa saja.

KSM dikategorikan sebagai bagian dari lembaga kemasyarakatan yang aktivitasnya berorientasi pada penanggulangan kemiskinan selalu berusaha mengadakan perubahan-perubahan pada masyarakat. Yang tujuan akhir dari perubahan tersebut adalah bagaimana masyarakat miskin bisa berdaya, dan pada akhirnya bisa mandiri. Maka dalam tataran ini, KSM sebagai agen of change berupaya menjadi pendorong terjadinya perubahan paradigma, pembiasaan praktek nilai-nilai baru, cara pandang dan cara kerja baru, serta melembagakannya dalam praktek kehidupan sehari-hari.

Setiap kegiatan yang dilaksanakan Kegiatan Swadaya Masyarakat harus menggambarkan permasalahan yang dihadapi oleh kelompok, dan penyelesaiannya harus disepakati bersama berdasarkan konsensus, yaitu kesepakatan melakukan suatu tindakan tertentu untuk memperbaiki kondisi masyarakat dengan mempertimbangkan keragaman dalam masyarakat tersebut sehingga tercapai rasa menghargai keragaman budaya dan pandangan yang

ada, dalam upaya mencari jalan terbaik untuk memperbaiki kondisi hidup masyarakat (Isbandi Rukminto Adi, 2008).

## KERANGKA TEORI

Terdapat penelitian terdahulu yang mendukung pengabdian ini, dengan judul Faktor-Faktor Penghambat Partisipasi Penerima Manfaat Program Pemberdayaan Ekonomi pada Kelompok Swadaya Masyarakat di Kelurahan Kalianak Kota Surabaya. Hasil penelitiannya menyebutkan faktor yang menghambatnya adalah adanya keyakinan penerima manfaat bahwa Program Pemberdayaan Ekonomi yang dilakukan dengan cara mengembangkan KSM menjadi kelompok usaha dengan produk hasil pelatihan keterampilan yang telah diberikan tidak akan mendatangkan manfaat ekonomi.

Gaya kepemimpinan kelompok yang tidak baik dan tidak demokratis, adanya kepercayaan dalam diri penerima manfaat bahwa produk usaha hasil pelatihan keterampilan tidak akan mampu bersaing dengan produk sejenis di pasaran akibat adanya perbedaan dengan produk sejenis yang beredar di pasaran yakni dalam hal ukuran, kualitas, harga, kemasan serta merek dan rendahnya tingkat pendidikan dan keterampilan yang dimiliki penerima manfaat dalam hal memasarkan produk usaha (Sajuwangingtyas, 2014).

Merujuk dari analisis situasi dan penelitian terdahulu, Kelompok Swadaya Masyarakat di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang salah satunya diharapkan untuk dapat meningkatkan kemampuan promosi dengan menggunakan media baru dalam mempromosikan potensi desa.

Tim pengabdian melihat bahwa mitra mempunyai masalah sebagai berikut: (1) Mitra belum memiliki strategi dalam menggunakan media baru; (2) Mitra kurang tepat dalam pemilihan media yang digunakan; (3) Mitra tidak melakukan promosi dalam forum-forum; (4) Mitra tidak menggunakan *hashtag*; (5) Mitra tidak memperhatikan *SEO (search engine optimalization)*; (6) Mitra tidak melibatkan *influencer*; (7) Mitra kurang memanfaatkan *moment* khusus.

## METODE PELAKSANAAN

Metode pendekatan yang digunakan untuk luaran pengabdian kepada masyarakat di Kecamatan Jalancagak Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat, diterapkan untuk mengetahui khalayak sasaran Pengabdian Kepada Masyarakat agar ilmu yang diimplementasikan dapat tepat guna sampai kepada Mitra. Metode kegiatan yang dipakai oleh tim ada tiga tahap yaitu metode pengarahan, metode pendampingan dan fasilitasi.

*Metode Perencanaan.* Tahapan perencanaan yang akan tim lakukan adalah melakukan perizinan dan melakukan kunjungan lapangan untuk survei dan melakukan Analisa potensi masalah kesehatan lingkungan di wilayah tersebut.

*Metode Pengarahan.* Metode pengarahan dalam bentuk transfer ilmu dengan memberikan materi teknik *promoting, public speaking, practicing* dan *building skill* oleh tim pengabdian. Selain itu tim juga memberikan pengarahan untuk membuat strategi dalam menyusun materi yang menarik untuk digunakan dalam setiap kegiatan penyuluhan.

*Metode Pendampingan.* Metode pendampingan dilakukan oleh tim pengabdian dalam membuat konten promosi yang efektif dilakukan dengan simulasi penyuluhan secara langsung, sehingga dapat mengimplementasikan

komunikasi yang efektif antara relawan sosial dengan target sasaran penyuluhan.

*Fasilitasi.* Metode fasilitasi dengan kegiatan pembuatan konten promosi potensi desa di berbagai media baru sebagai alat dokumentasi kegiatan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini merupakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung. Pengabdian pada Masyarakat yang dilaksanakan setidaknya setahun dua kali ini merupakan sebuah perwujudan pelaksanaan pengamalan ilmu pengetahuan, dan seni budaya langsung kepada masyarakat secara kelembagaan melalui metodologi ilmiah dalam usaha mengembangkan kemampuan masyarakat.

Tim PKM memilih Kecamatan Jalancagak Kabupaten Subang sebagai tempat pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 5 Februari 2023 di ruang serba guna atau balai desa Kecamatan Jalancagak kabupaten Subang pukul 09.00-12.00.

Diikuti oleh warga penggerak UKM dan para penggiat potensi desa yang terdiri dari beragam level usia dan berbagai UKM. Pelaksana melakukan beberapa hal sebelum menjalankan kegiatan ini yakni dengan mengidentifikasi potensi desa, membentuk tim pengabdian yang terdiri dari anggota kelompok sumber daya masyarakat, tokoh masyarakat, dan perwakilan pemerintah desa.

Juga melakukan survei dan identifikasi potensi desa, seperti tempat wisata, produk unggulan, kearifan lokal, dan kegiatan yang dapat menjadi daya tarik desa itu sendiri.

Kegiatan ini dilakukan bersama dengan kelompok pengabdian lainnya dari dengan tema yang sejalan yakni mengenai pelatihan pembuatan konten kreatif di media sosial dibagi menjadi kelompok-kelompok peserta berdasarkan minat dan kepentingan mereka, kelompok kami mendapatkan tempat di ruang serbaguna dengan waktu pelaksanaan pukul 09.00 sampai dengan pukul 11.00. Pertama-tama kami membuka dengan briging mengenai era informasi dan revolusi media dewasa ini yang menjadi alat untuk mengoptimalkan potensi yang ada.

Kemampuan mengelola informasi dengan penggunaan media yang tepat mau tidak mau harus bisa dikuasai oleh para penggerak dikarenakan pada era ini sudah tidak ada yang tidak menggunakan media. Sejalan dengan ungkapan bahwa Indonesia merupakan negara dengan adaptasi media yang cukup besar dari salah satu dosen Institut Teknologi Bandung, Budi Rahardjo yang mengungkapkan bahwa jumlah *smartphone* yakni dua kali lipat jumlah rakyat Indonesia. Maka dengan fakta tersebut para penggiat potensi desa harus bisa menggunakan media baru dengan semaksimal mungkin.



Gambar 1. Pembekalan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNPAS

Pelatihan pembuatan konten kreatif media sosial dimulai dengan metode fasilitasi, merupakan suatu kegiatan yang menjelaskan pemahaman, tindakan, keputusan yang di lakukan oleh seseorang bersama satu kelompok untuk mempermudah proses yang di lakukan. Dalam pengabdian ini metode fasilitasi digunakan untuk menghubungkan antara fasilitator dengan masyarakat dalam hal pengembangan teknik editing video dan foto melalui *smartphone* dan alat bantu lainnya seperti *drone*.



Gambar 2. Pelatihan editing foto untuk pembuatan konten kreatif dan pengambilan gambar memakai Drone

Pelatihan teknik editing yaitu dalam bentuk pelatihan editing foto memakai *smartphone* dengan menggunakan aplikasi *Photo Editor*, *Picsart* dan *Canva*. Pengarahan ini ditujukan kepada mitra untuk memahami langkah-langkah dalam mengedit foto dan video, seperti pengambilan gambar atau foto wisata, menentukan isi konten, membuat *campaign*, membuat vlog wisata, strategi memiliki follower sebanyak-banyak melalui instagram, twitter, fanpage facebook, youtube; dan lain- lain.

Pelatihan pembuatan konten kreatif media sosial dilakukan selama satu bulan sejak bulan Februari 2023. Hasil pelatihan yang diperoleh selama satu

bulan itu adalah: (1) Peningkatan kemampuan KSM sebagai mitra dalam membuat konten kreatif di media sosial; (2) Tercapainya target dari rencana materi pelatihan yang diberikan kepada KSM dan UMKM; (3) Materi pelatihan bisa dipahami dan diaplikasikan oleh KSM dan UMKM dengan baik; (4) Pengembangan akun-akun media sosial UMKM dengan aplikasi-aplikasi baru yang menunjang promosi penjualan produk; (5) Peningkatan kualitas SDM baik bagi KSM dan UMKM dalam menunjang destinasi wisata di daerah.

Selanjutnya, Tim Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat Prodi Ilmu Komunikasi melakukan pelatihan pembuatan konten kreatif media sosial untuk promosi UMKM di Kabupaten Subang secara berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pembuatan konten kreatif media sosial yang terdiri dari pendampingan *editing* foto & video dengan menggunakan aplikasi-aplikasi di *smartphone*, membuat para mitra mampu mengetahui jenis-jenis dan beragam aplikasi. Tim pengabdian melihat diperlukan pula program lanjutan seperti pemahaman dan pengaplikasian *Digital Marketing Content* agar kemampuan pembuatan konten kreatif di media sosial bisa lebih dimaksimalkan guna menunjang kegiatan komunikasi bisnis pariwisata di mitra kelompok swadaya masyarakat di Kecamatan Jalancagak, Kabupaten Subang, Provinsi Jawa Barat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relation*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.
- Arsjad, M.G & Mukti, U.S. (1988). *Pembinaan Kemampuan Berbicara Bahasa Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Deddy, M. (2005). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Effendy, O. (2002). *Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek*. Bandung: Citra AdityaBakti.
- Elly, J & Pramana. (2006). *General Public Speaking: seputar publik speaking*. Jakarta: public speaking school.
- Hamdani, K. (2012). *Panduan Sukses Public Speaking Dahsyat Memukau*. Yogyakarta: Araska
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Dalam Periklanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Tarigan. & Guntur, H. (2008). *Berbicara sebagai sebagai suatu keterampilan berbahasa*. Bandung: Angkasa.

## BIODATA PENULIS

Vikry Abdullah Rahiem

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan. Saat ini menduduki sebagai ketua UPT dan pengelola Jurnal Komunikasi LINIMASA.

Yogi Muhammad Yusuf

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan. Saat ini menduduki sebagai Kepala Laboratorium Prodi Ilmu Komunikasi dan pengelola Jurnal Komunikasi LINIMASA.

Charisma Asri Fitrananda

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan. Saat ini menduduki sebagai Sekretaris P2MRD FISIP UNPAS dan pengelola Jurnal Komunikasi LINIMASA.

---