

Workshop digital marketing dan video kreatif Karang Taruna Pendowoharjo untuk membangun citra positif digital media

Daffa Maulana Hidayat*, Popi Andiyansari, Akhmad Afnan
Fakultas Bisnis & Humaniora, Universitas Teknologi Yogyakarta, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: daffamaulana844@gmail.com)

Received: 28-December-25; Revised: 27-January-26; Accepted: 2-March-26

Abstract

This community service activity aims to enhance the knowledge, skills, and self-confidence of the youth of Karang Taruna Pendowoharjo, considering that the utilization of social media has not yet been optimized for productive digital engagement. The program was conducted through a Digital Marketing and Creative Video Design Workshop. The background of this activity is the important role of youth as agents of change in supporting digital-based village development, as well as the limited capacity of youth organizations to manage digital content effectively. The implementation methods included lectures, discussions, demonstrations, and hands-on practice in creating visual and creative video content using Canva and CapCut applications. The evaluation was conducted through pre- and post-tests to measure participants' improvement in understanding. The results indicated a significant increase in participants' comprehension of digital marketing concepts, the use of social media as a branding tool, and technical skills in creating digital content. The pre-test results, which were initially 80%, increased to 86% in the post-test. In addition, the activity increased participants' self-confidence and active participation during the learning process. Therefore, the workshop proved effective in supporting youth empowerment in the village and in building a positive image of Karang Taruna through the sustainable use of digital media.

Keywords: Digital Marketing, Youth Empowerment, Creative Content, Digital Media.

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri generasi muda Karang Taruna Pendowoharjo sebab media adanya pemanfaatan media sosial yang belum maksimal dalam memanfaatkan media digital secara produktif melalui Workshop *Digital Marketing* dan Desain Video Kreatif. Latar belakang kegiatan ini didasarkan pada pentingnya peran pemuda sebagai agen perubahan dalam mendukung pembangunan desa berbasis digital serta masih terbatasnya kemampuan pengelolaan konten digital di tingkat organisasi kepemudaan. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi ceramah, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung pembuatan konten visual dan video kreatif menggunakan aplikasi Canva dan CapCut. Evaluasi kegiatan dilakukan melalui *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman konsep *digital marketing*, pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding, serta kemampuan teknis pembuatan konten digital dengan hasil *pre-test* yang sebelumnya 80% menjadi 86% pada *post-test*. Selain itu, kegiatan ini juga berdampak pada peningkatan kepercayaan diri dan partisipasi aktif peserta dalam proses pembelajaran. Dengan demikian, workshop ini terbukti efektif dalam mendukung pelatihan pemuda desa serta berkontribusi dalam membangun citra positif Karang Taruna melalui pemanfaatan media digital secara berkelanjutan.

Kata kunci: *Digital Marketing*, Pelatihan Pemuda, Konten Kreatif, Media Digital.

How to cite: Hidayat, D. M., Andiyansari, P., & Afnan, A. (2026). Workshop digital marketing dan video kreatif Karang Taruna Pendowoharjo untuk membangun citra positif digital media. *Penamas: Journal of Community Service*, 6(2), 343–354. <https://doi.org/10.53088/penamas.v6i2.2708>

1. Pendahuluan

Pembangunan desa merupakan salah satu fokus utama dalam agenda pembangunan nasional Indonesia. Hal ini sejalan dengan peran strategis desa sebagai unit pemerintahan terkecil yang menjadi fondasi utama dalam membangun kesejahteraan masyarakat secara merata dan berkelanjutan. Berdasarkan data yang dihimpun oleh Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah wilayah administrasi setingkat desa di Indonesia mencapai 75.753 desa. Jumlah ini menunjukkan besarnya potensi desa sebagai motor penggerak pembangunan nasional. Provinsi dengan jumlah desa terbanyak adalah Provinsi Jawa Tengah dengan 8.563 desa, disusul oleh Provinsi Jawa Timur sebanyak 8.494 desa, serta Provinsi Aceh dengan jumlah 6.516 desa (Ashfiya, 2025). Data ini menunjukkan bahwa wilayah-wilayah dengan basis pedesaan yang kuat memiliki kontribusi besar terhadap struktur sosial dan ekonomi nasional.

Seiring dengan meningkatnya perhatian pemerintah terhadap pembangunan desa, terjadi perubahan signifikan dalam tingkat kemandirian desa di Indonesia. Salah satu indikator keberhasilan pembangunan desa dapat dilihat dari peningkatan jumlah desa mandiri dan penurunan jumlah desa tertinggal. Pada tahun 2019, persentase desa mandiri di Indonesia hanya berada pada angka 1,22%. Namun, dalam kurun waktu lima tahun, angka tersebut meningkat drastis hingga mencapai 23,02% pada tahun 2024. Peningkatan ini menunjukkan adanya kemajuan signifikan dalam pembangunan desa yang lebih berkelanjutan dan berorientasi pada kemandirian lokal (Antaraneews, 2024)

Di sisi lain, jumlah desa tertinggal juga mengalami penurunan yang cukup signifikan. Pada tahun 2019, desa tertinggal masih berada pada angka 25,61%, namun pada tahun 2024 jumlah tersebut berhasil ditekan hingga menjadi 8,05%. Penurunan ini mencerminkan efektivitas berbagai program pembangunan desa yang telah dijalankan oleh pemerintah, baik melalui kebijakan nasional maupun kolaborasi dengan pemerintah daerah. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari peran penting Program Pembangunan Desa yang terintegrasi dengan pemanfaatan dana desa secara efektif dan tepat sasaran (Antaraneews, 2024)

Dana desa menjadi salah satu instrumen utama dalam mendorong pembangunan desa yang berfokus pada pelatihan masyarakat serta pengelolaan potensi lokal secara mandiri. Penggunaan dana desa yang diarahkan pada pengembangan infrastruktur dasar, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta penguatan ekonomi lokal telah memberikan dampak nyata bagi masyarakat desa. Selain itu, pemanfaatan dana desa juga difokuskan pada pengembangan sektor-sektor produktif seperti pertanian, perikanan, pariwisata desa, dan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Urgensi di lakukannya pelatihan pada lokasi ini sebab pada karangtaruna setempat belum memanfaatkan potensi media sosial secara maksimal sehingga potensi kerja sama ataupun *eksposure* dari potensi lokal kurang terekspos sehingga menyebabkan perubahan kualitas hidup seperti peningkatan ekonomi masyarakat akan semakin sulit untuk tercapai.

Faktor lain yang turut berkontribusi terhadap peningkatan kemandirian desa adalah meningkatnya akses terhadap teknologi digital. Pemanfaatan teknologi digital dalam berbagai sektor kehidupan desa, mulai dari pertanian, perdagangan, pendidikan, hingga layanan kesehatan, telah meningkatkan efisiensi dan produktivitas masyarakat desa. Aplikasi teknologi pertanian, platform perdagangan digital, layanan pendidikan daring, serta sistem informasi kesehatan berbasis digital menjadi contoh nyata bagaimana teknologi dapat mendorong transformasi desa ke arah yang lebih maju dan adaptif terhadap perkembangan zaman (Zahirman, 2024)

Selain itu, pelatihan masyarakat melalui pelatihan keterampilan, pengembangan kapasitas, dan pendidikan warga desa dalam berbagai bidang juga menjadi faktor penting dalam mendorong pembangunan desa. Pelatihan kewirausahaan, manajemen usaha, serta teknologi informasi memberikan bekal bagi masyarakat desa untuk mengelola potensi lokal secara lebih profesional dan berkelanjutan. Dengan demikian, desa tidak hanya menjadi objek pembangunan, tetapi juga subjek yang aktif dalam merencanakan dan melaksanakan pembangunan sesuai dengan kebutuhan dan potensi masing-masing wilayah.

Dalam konteks transformasi digital, pemerintah melalui Kementerian Desa dan Daerah Tertinggal telah menetapkan target ambisius untuk menjadikan lebih dari 75 ribu desa di Indonesia sebagai desa digital pada tahun 2025. Program desa digital ini telah berjalan selama kurang lebih tiga tahun, dengan tujuan untuk mendorong pemanfaatan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat desa. Namun, dalam implementasinya, program ini masih menghadapi berbagai tantangan. Hingga saat ini, jumlah desa yang berhasil menjadi desa digital belum pernah mencapai angka 14 ribu desa (Ameliya, 2024).

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun program desa digital telah dicanangkan, belum semua desa mampu memanfaatkan program dana desa dan teknologi digital secara maksimal. Kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan infrastruktur teknologi, rendahnya literasi digital masyarakat, serta kurangnya sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidang teknologi informasi. Padahal, desa cerdas atau desa digital merupakan konsep pembangunan desa yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas layanan dasar serta pembangunan desa yang inklusif dan berkelanjutan (Antarnews, 2024).

Desa digital memungkinkan pemerintah desa untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan anggaran, mempercepat pelayanan publik, serta membuka akses pasar yang lebih luas bagi produk-produk lokal. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital juga dapat memperkuat partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan desa melalui platform komunikasi dan informasi yang lebih terbuka dan interaktif. Oleh karena itu, pengembangan desa digital tidak hanya membutuhkan infrastruktur teknologi, tetapi juga peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang mampu mengelola dan memanfaatkan teknologi secara efektif.

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan salah satu wilayah dengan jumlah desa paling sedikit di Indonesia, yaitu sebanyak 438 desa. Kondisi ini

dipengaruhi oleh luas wilayah Provinsi Yogyakarta yang relatif kecil namun memiliki tingkat kepadatan penduduk yang tinggi. Meskipun jumlah desanya relatif sedikit, Provinsi DIY memiliki potensi besar dalam pengembangan desa berbasis inovasi dan teknologi. Salah satu kabupaten di DIY, yaitu Kabupaten Bantul, memiliki 75 desa dan 933 dukuh (Pemkab Bantul, 2020).

Menariknya, seluruh desa di Kabupaten Bantul telah masuk dalam kategori desa mandiri. Hal ini menunjukkan keberhasilan pemerintah daerah dalam mendorong pembangunan desa yang berorientasi pada kemandirian dan pelatihan masyarakat. Dalam rentang waktu sejak tahun 2015 hingga 2022, tercatat bahwa jumlah desa berkembang di Kabupaten Bantul jauh lebih banyak dibandingkan dengan desa tertinggal. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi keberhasilan ini adalah pemanfaatan dana desa yang relatif efektif dan terarah.

Namun demikian, meskipun seluruh desa di Kabupaten Bantul telah berstatus mandiri, masih terdapat sejumlah tantangan yang perlu diselesaikan. Beberapa permasalahan utama yang masih dihadapi antara lain pengentasan kemiskinan, penurunan angka stunting, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh (Mahrofi, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa status desa mandiri belum tentu mencerminkan kondisi kesejahteraan masyarakat yang sepenuhnya optimal, sehingga diperlukan upaya berkelanjutan dalam pembangunan desa.

Di tengah tantangan tersebut, kemajuan teknologi digital yang berkembang pesat memberikan peluang besar bagi desa-desa di Indonesia, termasuk di Kabupaten Bantul, untuk mempercepat pembangunan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berinteraksi, berkomunikasi, dan menjalankan aktivitas ekonomi. Generasi muda, yang dikenal sebagai digital native, menjadi kelompok yang paling adaptif terhadap perubahan ini.

Generasi digital native tumbuh dan berkembang di lingkungan yang tidak terpisahkan dari perangkat digital dan media sosial. Penggunaan media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari generasi muda, baik sebagai sarana komunikasi, hiburan, maupun sumber informasi. Menurut Suadi (2022) media sosial memberikan berbagai manfaat, seperti memperluas jaringan pertemanan, memudahkan akses informasi, serta menjadi wadah untuk mengekspresikan diri dan mengembangkan kreativitas.

Dalam konteks pembangunan daerah, peran generasi muda memiliki arti yang sangat penting. Pemuda merupakan kelompok yang memiliki semangat, kreativitas, serta kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi, termasuk teknologi digital. Oleh karena itu, pelatihan generasi muda melalui pelatihan dan pendampingan kewirausahaan, khususnya dalam pemanfaatan *digital marketing*, menjadi langkah strategis dalam mendorong kemandirian ekonomi masyarakat desa.

Kabupaten Bantul memiliki potensi generasi muda yang sangat besar, dengan jumlah anak muda mencapai sekitar 130 ribu orang (Wijaya, 2024). Potensi ini dapat

dimanfaatkan sebagai kekuatan utama dalam mendorong pembangunan wilayah melalui kreativitas, inovasi, serta rasa memiliki terhadap potensi lokal. Anak muda dapat berperan sebagai agen perubahan yang mampu mengembangkan dan mempromosikan potensi desa, baik di sektor pariwisata, ekonomi kreatif, maupun produk unggulan lokal.

Salah satu upaya yang telah dilakukan untuk memberdayakan generasi muda di Kabupaten Bantul adalah melalui peningkatan pengetahuan dan keterampilan di bidang teknologi digital. Berbagai program pelatihan dan workshop diselenggarakan untuk memberikan pemahaman mengenai penggunaan teknologi secara produktif dan profesional. Pelatihan ini mencakup pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, pengelolaan konten digital, hingga pengembangan usaha berbasis teknologi (Bantulkab.go.id, 2025).

Melalui peningkatan keterampilan dan pengetahuan tersebut, diharapkan generasi muda tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk menciptakan nilai tambah bagi masyarakat desa. Anak muda dapat berperan sebagai pengelola media sosial desa, pelaku usaha digital, serta inovator yang mampu menciptakan solusi berbasis teknologi untuk permasalahan lokal. Dengan demikian, generasi muda dapat menjadi agen perubahan dalam pembangunan daerah yang berkelanjutan.

Peran generasi muda sebagai agen perubahan juga menuntut adanya pemanfaatan teknologi secara bertanggung jawab. Penggunaan media sosial dan teknologi digital harus diarahkan untuk tujuan yang positif dan produktif, seperti promosi potensi desa, penguatan ekonomi lokal, serta peningkatan kualitas hidup masyarakat. Dengan pendekatan yang tepat, teknologi digital dapat menjadi alat yang efektif dalam mendorong pembangunan desa yang inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan (Dewi et al., 2025).

Secara keseluruhan, pembangunan desa di Indonesia telah menunjukkan kemajuan yang signifikan, ditandai dengan meningkatnya jumlah desa mandiri dan menurunnya jumlah desa tertinggal. Transformasi digital menjadi salah satu kunci utama dalam mempercepat pembangunan desa, terutama melalui pengembangan desa digital (rahantari.digitaldesa.id, 2025). Namun, keberhasilan program desa digital sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia, khususnya generasi muda, dalam memanfaatkan teknologi secara optimal. Oleh karena itu, pelatihan generasi muda melalui pelatihan, pendampingan, dan penguatan kapasitas digital menjadi strategi penting dalam mewujudkan pembangunan desa yang berkelanjutan dan berorientasi pada kesejahteraan masyarakat.

2. Metode Pengabdian

Pelaksanaan *Workshop Digital Marketing* dan *Desain Video Kreatif* pada Karang Taruna Pendowoharjo diikuti oleh 24 peserta pada tanggal 22 November 2025. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan pendekatan partisipatif yaitu peserta dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan pelatihan. Pendekatan ini dipilih agar

seluruh peserta memiliki kemampuan dan mampu melakukan aktivitas lanjutan (Krisnanda et al., 2026).

Adapun tahapan metode pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Pre-test dan post-test

Pre test dilaksanakan sebelum agenda pelatihan dimulai. Sedangkan post test dilakukan setelah kegiatan pelatihan selesai. Kegiatan pretest dan post test dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Pretest bertujuan mengetahui pengetahuan awal peserta terkait materi yang akan disampaikan, sedangkan post test digunakan untuk mengevaluasi peningkatan pemahaman setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Pre test dan post test ini juga digunakan untuk mengevaluasi efektifitas peningkatan pemahaman peserta dari pelatihan yang dilaksanakan (Dewi, et al., 2025)

2. Pemaparan materi (ceramah).

Ceramah merupakan Teknik penyampaian materi dengan seorang menjelaskan informasi secara lisan berkaitan dengan suatu topik kepada peserta. Dalam ceramah diperkenankan untuk menggunakan beragam media seperti gambar, ilustrasi, power poin atau yang lainnya untuk memperjelas materi (Pratama, 2025). Tahap ini yang bertujuan memperkenalkan konsep dasar *digital marketing*, strategi branding organisasi melalui media sosial, serta peran konten digital dalam membangun citra positif Karang Taruna.

3. Demonstrasi (Praktik Langsung)

Pada tahap ini peserta diarahkan untuk membuat konten kreatif seperti desain feed dan reels Instagram menggunakan aplikasi yang mudah diakses seperti Canva dan CapCut. Metode ini sangat membantu peserta dalam menerapkan materi secara langsung sehingga hasil pelatihan dapat segera terlihat.

4. Diskusi dan Tanya Jawab

Pelatihan ini mengadopsi metode diskusi dan tanya jawab, memberikan ruang bagi peserta untuk menyampaikan kendala, berbagi pengalaman, dan mendapatkan arahan pemateri.

5. Pemberian Apresiasi (Awarding)

Pada tahap ini, awarding untuk peserta yang membuat desain feed dan reels terbaik. Apresiasi ini bisa berupa hal yang non financial seperti penghargaan simbolis ataupun pengakuan atas kerja keras yang sudah dilakukan (Albat et al., 2025). Aktivitas ini memacu peserta untuk bersaing dan meningkatkan kualitas desainnya. Apresiasi karya terbaik berupa pemberian *doorprize*, yang dirancang untuk meningkatkan motivasi, kreativitas, dan antusiasme peserta dalam berkompetisi secara positif.

3. Hasil Pengabdian

Penyampaian Materi Digital Marketing dan Citra Digital

Pemaparan materi tahap ini diisi dengan pemaparan materi oleh Ahmad Afnan, S.E., M. Acc yang bertujuan memperkenalkan konsep dasar digital marketing, strategi branding organisasi melalui media sosial, serta peran konten digital dalam

membangun citra positif Karang Taruna. Melalui penyampaian yang sistematis dan disertai contoh praktis, peserta diharapkan dapat memahami pentingnya pemanfaatan media digital dalam memperluas jangkauan informasi serta meningkatkan eksistensi organisasi di ruang publik digital.



Gambar 1. Sesi Ceramah Seminar Materi *Digital Marketing & Citra Digital*

Praktik Pembuatan Konten Kreatif

Pada sesi praktik, pemateri yaitu Daffa Maulana Hidayat bertugas memberikan pembelajaran secara langsung kepada peserta melalui demonstrasi penggunaan aplikasi Canva dan CapCut. Setelah peserta mendengarkan arahan serta melihat contoh yang dipraktikkan, mereka kemudian diberikan tugas untuk membuat video kreatif dan desain konten visual.

Dalam proses pengerjaan, peserta juga mendapatkan pendampingan dari fasilitator yang berperan sebagai *coach*, sehingga peserta dapat berkonsultasi dan memperoleh arahan ketika mengalami kendala. Hasilnya, peserta mampu menciptakan berbagai karya dengan tingkat kreativitas yang beragam, meskipun sebagian di antaranya baru pertama kali menggunakan aplikasi tersebut. Karya terbaik yang dipilih fasilitator mencerminkan kombinasi antara pemahaman materi, keterampilan teknis, dan kreativitas peserta.



Gambar 2. Sesi praktik pembuatan Konten Kreatif

Selain meningkatkan kemampuan teknis, kegiatan ini juga berkontribusi pada pengembangan kepercayaan diri peserta. Mereka merasa lebih yakin bahwa membuat konten digital bukanlah tugas yang sulit dan dapat dipelajari secara bertahap. Peserta juga aktif berinteraksi dalam sesi diskusi dan tanya jawab, yang menunjukkan bahwa kegiatan ini sesuai dengan kebutuhan mereka sebagai generasi muda yang terlibat dalam organisasi Karang Taruna.

Sesi Tanya Jawab

Pelatihan ini juga menggunakan metode diskusi dan tanya jawab yang mendorong partisipasi aktif peserta. Peserta dapat menyampaikan kendala, berbagi pengalaman, serta memperoleh arahan langsung dari pemateri. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta, serta kemampuan dalam mengidentifikasi dan menyelesaikan permasalahan secara lebih aplikatif. Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat interaksi dan jejaring antar peserta, sehingga mendukung kolaborasi di masa mendatang.

Awarding dan Penyerahan Cenderamata

Sebagai bentuk apresiasi, peserta diberikan penghargaan melalui pembuatan video kreatif yang menampilkan hasil pembelajaran dan pengalaman selama pelatihan. Kegiatan ini tidak hanya menjadi bentuk pengakuan atas partisipasi peserta, tetapi juga mendorong kreativitas serta kemampuan mereka dalam mengemas informasi secara menarik dan komunikatif. Selain itu, video yang dihasilkan dapat dimanfaatkan sebagai media dokumentasi dan inspirasi bagi kegiatan serupa di masa mendatang.



Gambar 3. Desain dan Feed terbaik



Gambar 4. Foto bersama peserta pelatihan

Hasil pengukuran kemampuan peserta

Kegiatan pelatihan ini tidak hanya menambah keilmuan dan wawasan saja, tetapi juga mampu meningkatkan kemampuan peserta untuk berkreasi dan mampu memperkenalkan desanya kepada masyarakat luas. Peserta diharapkan mampu mengimplementasikan seluruh praktik dan aktifitas dalam kegiatan pelatihan. Dari segi penyelenggaraan, kegiatan ini dinilai berjalan dengan baik karena jadwal dilaksanakan dengan tepat, pemateri hadir sesuai rencana, dan semua fasilitas berfungsi secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan ini memberikan manfaat yang nyata bagi para peserta.

Tabel 1. Hasil Pre-test dan Post-test

No	Pertanyaan	Pre-test	Post-Test
1	Saya memahami apa itu digital marketing	80%	88%
2	Saya mampu menggunakan Instagram sebagai media marketing	85%	89%
3	Saya memaahami bahwa saya bisa menggunakan alat analisis untuk meningkatkan engagement konten	71%	85%
4	Saya memahami penggunaan Platform analisis untuk digital marketing	66%	83%
5	Saya mampu mengelola caption serta hastag konten secara professional	76%	81%
6	Saya memahami apa itu desain video kreatif	77%	86%
7	Saya memahami dasar penggunaan Canva untuk desain kreatif	86%	87%
8	Saya mampu memahami editing video sederhana menggunakan aplikasi CapCut	87%	87%
9	Saya memahami desain video kreatif dapat menarik perhatian audiens	84%	85%
10	Saya memahami pentingnya originalitas dalam produksi konten	88%	91%
	Rata-Rata	80%	86%

Kegiatan pelatihan melalui Workshop *Digital Marketing* dan Desain Video Kreatif terbukti berhasil secara signifikan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta Karang Taruna Pendowoharjo. Bukti keberhasilan dapat dilihat secara langsung dari pergeseran skor pada kolom persentase dalam data hasil tes, yang menunjukkan adanya peningkatan capaian peserta setelah mengikuti rangkaian kegiatan pelatihan.

Peningkatan nilai persentase pada Tabel 1, menunjukkan bahwa materi yang disampaikan dalam workshop mampu menjawab kebutuhan peserta, baik dari sisi pemahaman konsep maupun keterampilan praktis. Secara umum, hasil pengukuran menunjukkan adanya peningkatan capaian pada hampir seluruh indikator yang dinilai, sehingga kegiatan pelatihan dapat dinyatakan efektif dalam meningkatkan kapasitas peserta.

Dengan demikian, hasil analisis data persentase membuktikan bahwa kegiatan pelatihan melalui Workshop *Digital Marketing* dan Desain Video Kreatif berjalan efektif, tepat sasaran, dan memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta Karang Taruna Pendowoharjo.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan masyarakat melalui Workshop *Digital Marketing* dan Desain Video Kreatif pada Karang Taruna Pendowoharjo, dapat disimpulkan bahwa program ini berjalan dengan baik dan mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan media digital secara profesional, khususnya dalam konteks pemasaran digital dan produksi konten kreatif.

Hasil pengukuran melalui instrumen *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta pada hampir seluruh indikator yang diukur, baik terkait konsep dasar *digital marketing*, pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding, maupun kemampuan teknis dalam pembuatan konten visual dan video kreatif menggunakan aplikasi Canva dan CapCut. Peningkatan capaian ini menandakan bahwa metode pelatihan yang diterapkan, yaitu kombinasi antara ceramah, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung, terbukti efektif dalam mendukung proses transfer pengetahuan dan keterampilan.

Selain memberikan dampak pada peningkatan kapasitas individu peserta, kegiatan ini juga berkontribusi dalam memperkuat peran pemuda sebagai agen perubahan di tingkat desa. Melalui penguasaan keterampilan digital, anggota Karang Taruna diharapkan mampu membangun citra positif organisasi serta mempromosikan potensi lokal secara berkelanjutan melalui media digital. Dengan demikian, kegiatan pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan kompetensi, tetapi juga memiliki potensi dampak jangka panjang terhadap pengembangan sosial dan ekonomi masyarakat desa.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyelenggaraan kegiatan pelatihan masyarakat ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak Kelurahan Pendowoharjo atas dukungan, fasilitasi, dan kerja sama yang diberikan sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan lancar. Apresiasi juga disampaikan kepada narasumber dan fasilitator yang telah berbagi ilmu, pengalaman, serta pendampingan secara optimal kepada para peserta. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada seluruh anggota Karang Taruna Pendowoharjo yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung, serta kepada fasilitator pelaksana yang telah bekerja secara maksimal dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat berkelanjutan, menjadi bekal pengembangan kapasitas pemuda desa, serta mendorong terwujudnya pelatihan masyarakat yang lebih mandiri, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Referensi

- Albat, H., Indrawati, M., & Utari, W. (2025). Pengaruh Sistem Penghargaan, Pelatihan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Komitmen Organisasional Dengan Mediasi Kepuasan Kerja Pegawai Di Spbu Bojonegoro. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 985-996. <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i3.6300>
- Ameliya, T. M. (2024). Kemendes targetkan seluruh desa bertransformasi jadi desa digital. <https://gorontalo.antaranews.com/berita/283813/kemendes-targetkan-seluruh-desa-bertransformasi-jadi-desa-digital>
- AntaraneWS. (2024). Kemendes PD TT menyampaikan pada 2023 jumlah desa dengan status desa sangat tertinggal turun menjadi 4.850 desa. <https://www.antaranews.com/berita/3918867/kemendes-jumlah-desa-sangat-tertinggal-turun-menjadi-4850-desa>
- Ashfiya, D. A. N. (2025). *Sangat Banyak, Berikut Jumlah Desa di Indonesia yang Mencapai Lebih Dari 75.000 Desa/Kelurahan*. <https://goodstats.id/article/jumlah-desa-di-indonesia-mencapai-lebih-dari-75000-9wRVB>
- Bantulkab.go.id. (2025). Level Up UMK M: Diskominfo Bantul Gelar Pelatihan Digitalisasi untuk UMK M dan Generasi Muda. <https://mulyodadi.bantulkab.go.id/first/artikel/823-Level-Up-UMKM--Diskominfo-Bantul-Gelar-Pelatihan-Digitalisasi-untuk-UMKM-dan-Generasi-Muda>
- Dewi, M. U., Nugroho, A. S., Kholifah, S., Siswanto, S., Sumaryanto, S., Fitrianto, Y., 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 (JAHE)*, 5(1), 225-229. <https://doi.org/10.31004/jh.v5i1.2131>
- Dewi, S. G. P., Al Ayubi, N. A., Safira, F. P., Pradita, A. A., Inayah, C., & Nugraha, J. T. (2026). Implementasi Edukasi Penggunaan Gadget untuk Membangun Kesadaran Digital dan Mengurangi Risiko Dampak Gadget pada Siswa SD N Banyuurip 2 Tegalrejo. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 13(2), 201-212. <http://dx.doi.org/10.37064/jpm.v13i2.27248>

- Krisnanda, K., Widyastuti, W., & Nadia, L. P. . (2026). Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Diversifikasi Produk sebagai Solusi Peningkatan Daya Saing Petani di Tengah Risiko Gagal Panen: Indonesia. *Jurnal Abdimas Madani Dan Lestari (JAMALI)*, 8(1), 41–50. <https://doi.org/10.20885/jamali.vol8.iss1.art5>
- Mahrofi, Z. (2023). Kemendes PDDT: Semua desa di Bantul berstatus mandiri. <https://www.antaranews.com/berita/3628392/kemendes-pdtt-semua-desa-di-bantul-berstatus-mandiri>
- Pemkab Bantul. (2020). Data Umum: Data Kabupaten Bantul. https://bantulkab.go.id/Data_pokok/Index/0000000028/Data-Umum.Html
- Pratama, I. C. (2025). Metode pembelajaran konvensional dalam pembelajaran pendidikan agama islam. *Maliki Interdisciplinary Journal*, 3(5), 1886-1892
- rahantari.digitaldesa.id (2025). *Digitalisasi Desa*. <https://rahantari.digitaldesa.id/berita/digitalisasi-desa>
- Suadi, S. (2022). Literasi Bermedia Sosial Terhadap Pemuda Pemudi Sebagai Digital Native. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 2(1), 45–49. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v2i1.120>
- Wijaya, S. (2024). Jumlahnya 130 Ribu, Generasi Z di Bantul Berperan Penting dalam Pilkada. <https://koranbernas.id/Jumlahnya-130-Ribu-Generasi-z-Di-Bantul-Berperan-Penting-Dalam-Pilkada>
- Zahirman. (2024). *Mendorong Kemajuan Desa Dengan Transformasi Digital*. https://padangpariamankab.go.id/blog/berita_tampil/mendorong-kemajuan-desa-dengan-transformasi-digital?tahun=2025