



Pelatihan Produksi Konten dan Pengelolaan Sosial Media untuk Pemula dan Pelaku UMKM di Desa Karangtalun Magelang

Prahastiwi Utari^{1*}, Tanti Hermawati², Chatarina Heny Dwi Surwanti³, Adolfo Eko Setyanto⁴, Firdastin Ruthnia Yudiningrum⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Sebelas Maret

* E-mail: prahastiwi@staff.uns.ac.id

Abstract

The role of social media and digital media is broadening and expanding. The reasons for using social media are becoming increasingly diverse, ranging from information needs to entertainment to economic needs. Different types of social media also differ in how people create content for social media publications. The presence of social media platforms like TikTok, Instagram Reels, Whatsapp Stories, and others boosts user creativity in developing the types of content produced. Furthermore, social media platforms now offer analytic tools through which a person or brand can monitor the level of content engagement on their social media. This parameter indicates how many likes, comments, and shares were received in a given time. A high level of engagement indicates that the audience is interested in the content. As a result of the advancement of social media producers' facilities and the expanding breadth of social media functions that can increase economic profits, both personal and brand, we intend to provide content production training and social media management for beginners and SMEs in Karangtalun Village, Ngluwar District, Regency Magelang. The site was chosen because of the tourism village business opportunities that are emerging in the Magelang Regency area. It is hoped that this training will enable residents of Karangtalun Village, Ngluwar District, Magelang Regency to be more creative in marketing their tourist villages by creating more interesting social media content and selling their tourist villages not only nationally but also internationally.

Keywords: content, social media, promotion, Karangtalun, Magelang

Abstrak

Peran sosial media dan media digital saat ini sudah semakin luas dan berkembang. Motif menggunakan sosial media sudah semakin bervariasi dari memenuhi kebutuhan informasi, hiburan hingga kebutuhan ekonomi. Beda jenis sosial media beda pula cara orang memproduksi konten yang akan di publikasikan di sosial media tersebut. Hadirnya platform sosial media seperti TikTok, Reels Instagram, Story Whatsapp dan lainnya menambah tingkat kreatifitas pengguna dalam mengembangkan jenis konten yang diproduksi. Selain itu platform sosial media saat ini juga menyediakan *analytic tools* dimana biasanya seseorang atau sebuah brand dapat memonitor tingkat *engagement* konten di sosail medianya. Parameter ini memberikan informasi mengenai berapa banyak jumlah *likes*, *comment* dan *share* dalam rentang waktu tertentu. *Engagement* yang banyak tentunya menunjukkan bahwa audiens berminat

dengan konten tersebut. Maka dari itu dengan berkembangnya fasilitas dari produsen media sosial dan semakin luasnya fungsi sosial media yang dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi baik personal maupun *brand* maka kami bermaksud membuat pelatihan produksi konten dan pengelolaan sosial media untuk pemula dan pelaku UMKM di Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang. Di mana lokasi tersebut dipilih karena adanya peluang bisnis desa wisata yang mulai berkembang daerah Kabupaten Magelang. Diharapkan dengan pelatihan tersebut dapat membantu masyarakat Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang untuk lebih kreatif dalam memasarkan desa wisatanya melalui pembuatan konten sosial media yang lebih menarik dan dapat menjual desa wisatanya tidak hanya untuk lingkup nasional tetapi juga internasional.

Kata Kunci: konten, sosial media, promosi, Karangtalun, Magelang

1. PENDAHULUAN

Memasuki era digital, kehadiran sosial media telah merubah perilaku masyarakat penggunaannya. Media sosial diartikan sebagai sebuah media online di mana para penggunaannya dapat mudah berpartisipasi (Romadhan, 2017). Tidak sebatas menghubungkan antar pengguna, sosial media semakin berkembang dalam berbagai peranan, diantaranya dalam pencarian berbagai informasi, hiburan, hingga membangun relasi dengan banyak pihak untuk beragam kepentingan. Perkembangan teknologi komunikasi ini bak dua mata pisau, menjadi baik dan buruk tergantung pada penggunaannya (Wisataone, 2021). Menurut Ketua Studi Psikolog Universitas of Michigan, Ethan Kross, secara kasat mata, media sosial telah menjadi sarana yang berharga dalam pemenuhan kebutuhan dasar manusia untuk berinteraksi dengan sesamanya (Kartika, 2013). Selain itu, tingginya aktivitas penggunaan media sosial memiliki hubungan yang cukup kuat dengan keyakinan yang dimiliki penggunaannya (Priastuty et al., 2020). Selain menggunakan sosial media sebagai alat pencarian berbagai hal, melalui sosial media juga pengguna bisa membangun dan menampilkan identitas diri yang dikehendaki, baik identitas individual maupun kelompok-kelompok tertentu.

Identitas didefinisikan sebagai imaji budaya, sosial, relasional dan individu atas konsep diri (Lailiyah, 2015). Konsep presentasi diri digunakan oleh Edward Jones dan koleganya untuk menggambarkan konseptualisasi seseorang tentang manajemen kesan (Lailiyah, 2015). Identitas yang ditampilkan di sosial media merupakan identitas yang sangat mudah dimodifikasi. Artinya, identitas tersebut mudah dibentuk karena dapat dilakukan sesuai tujuan tertentu melalui perencanaan yang baik. Perencanaan presentasi diri yang baik semestinya terbangun dan dipahami oleh setiap pengguna sosial media. Sebab, melalui media sosial, informasi yang diberikan dan diterima akan semakin luas dan cepat (Pratama et al., 2022). Seiring dengan semakin bervariasinya motif pengguna sosial media menimbulkan pula banyaknya *platform* sosial media yang ada, diantaranya: Instagram dengan berbagai fitur tidak hanya *feed* namun juga ada *story* dan *reels*, aplikasi *messenger* seperti Whatsapp juga telah menyediakan fitur status, serta *platform* lain yang tidak kalah menarik untuk dieksplorasi lebih dalam lagi terkait penggunaan yang tepat guna dan manfaat yang bisa diperoleh.

Manfaat dari beragam *platform* yang ada juga sudah dapat dipetakan melalui yang disebut dengan *Social Media Analytics* (SMA) dalam melihat *engagement*. *Engagement* pada sosial media diartikan sebagai keterlibatan pengunjung untuk berinteraksi dengan konten dan merek di sosial media dan *website* (Jaya & Triono, 2019), sedangkan *Social Media Analytics* merupakan serangkaian *tools* yang bertujuan untuk melakukan proses analisis dan sintesis data sosial media sehingga menghasilkan informasi yang dapat dipergunakan oleh penggunaannya (Negara, 2017). Setiap *platform* telah didesain dengan parameter tersendiri yang dapat memberikan informasi terkait berbagai hal, diantaranya terkait jumlah penonton, jumlah *likes*, komentar, dan jumlah pengguna lainnya yang mengunggah ulang konten yang

seseorang bagikan ke kanal sosial media. *Engagement* yang semakin tinggi tentu saja menunjukkan bahwa minat audiens terhadap konten tertentu cukup tinggi pula. Oleh sebab itu perkembangan fitur yang dihadirkan oleh para *developer* setiap *platform* sosial media mampu meningkatkan kemanfaatan bukan hanya untuk kebutuhan berkomunikasi semata, namun juga dapat berguna dalam strategi peningkatan perekonomian.

Terkait dengan penelitian sebelumnya khususnya mengenai pengabdian masyarakat, ada beberapa judul yang berhasil dikumpulkan selama 5 tahun terakhir (Tabel 1). Hasil penelitian sebelumnya rata-rata menunjukkan bahwa pengabdian masyarakat yang dilakukan khususnya kaitannya dengan media sosial dan teknologi menunjukkan antusias yang baik dari masyarakat. Selain itu materi yang mampu terserap oleh masyarakat membuktikan bahwa pengabdian masyarakat khususnya media sosial dan teknologi sangat bermanfaat untuk keberlangsungan masyarakat agar lebih melek media dan mampu memanfaatkan secara lebih, utamanya bagi para pelaku usaha atau UMKM. Artinya, melalui pelatihan yang jitu dan tepat sasaran, dapat membantu perekonomian masyarakat dengan mengembangkan kemampuan dalam mengelola media sosial dan teknologi yang tepat guna.

Tabel 1 Pengabdian Terdahulu (Sumber: Olahan Tim Pengabdi)

Judul	Pengarang	Edisi/Tahun Terbit	Hasil Pengabdian
Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa (Pengabdian kepada Masyarakat Kerjasama antar Kampus)	(Wijoyo et al., 2020)	IKRAITH-ABDIMAS Vol 3 No 3 Bulan November 2020 169	Hasil kegiatan Pengabdian ini berjalan dengan lancar. Mahasiswa sangat terlihat antusias mengikuti materi dan pelatihan yang disampaikan. Selain itu praktek pembuatan konten dan penggunaan sosial media memberikan kemudahan peserta dalam melakukan kegiatan awal berwirausaha untuk bekal menghadapi persaingan memasuki dunia kerja.
Pengabdian Masyarakat Dengan Tema Pelatihan Pemasaran Noken Secara Online Kelurahan Dum Timur, Distrik Sorong Kepulauan – Kota Sorong	(Sofia et al., 2022)	E-Amal Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol.02, No.03, September 2022, pp. 1473-1486	<ul style="list-style-type: none"> Mitra berpartisipasi tinggi dari program pengabdian kepada masyarakat sehingga berdampak positif pelaksanaan program, dapat dilihat dari antusias peserta diskusi, praktek, mengajukan pertanyaan berjalan lancar. Program pengabdian kepada masyarakat menghasilkan luaran: wawasan pengetahuan tentang pemasaran online menggunakan media sosial, para pengrajin tas noken selain memiliki keahlian dan keterampilan membuat tas noken juga memiliki keahlian dan keterampilan dalam pemasaran secara online melalui media sosial.
Program Pengabdian Masyarakat Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Mengenai Desain Komersialisasi Dan Promosi Produk Makanan Inovasi	(Azizah & Mauliana, 2020)	Jurnal ABDI Vol.6 No.1 Juni 2020, hal. 58 – 64	Kontribusi yang dihasilkan dari program pengabdian masyarakat ini adalah membuat sebuah publikasi dan pemasaran produk inovasi berbahan dasar bahan buangan atau limbah dari pohon pisang mejadi produk yang komersial secara luas.

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Pengembangan Marketing Website Dan Desain Kemasan Pada Ukm Bumi Cipta Sejahtera Surabaya (Prasetya et al., 2020)	Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM17) Januari 2020, Vol. 05, No. 01, hal 92–98	Dengan diadakannya pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memberdayakan teknologi yang berbasis pada pemberdayaan teknologi tepat guna, sehingga dapat dijadikan sebagai upaya peningkatan hasil produksi kelompok UKM Bina Sejahtera Guna Surabaya. Dan juga penggunaan media digital dalam membuat desain kemasan pada label botol, serta intensitas pendampingan yang cukup tinggi untuk menghasilkan kualitas serta inovasi baru pada label.
---	---	---

Penelitian-penelitian tersebut tentu memperkuat upaya pengabdian masyarakat yang dilakukan di Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Pengabdian ini dilakukan di lokasi tersebut karena adanya potensi desa wisata yang bisa dikembangkan lebih lanjut karena ada spot wisata dan pelaku UMKM yang cukup banyak. Alasan-alasan tersebut kiranya bisa menjadi pijakan dalam mengembangkan Desa Karangtalun agar lebih dikenal dan memiliki *positioning* dengan pemanfaatan media sosial yang tepat.

Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah merupakan desa yang sedang mulai mengembangkan potensi yang dimiliki di berbagai sektor industri. Kondisi wilayahnya yang berada di wilayah wisata prioritas Candi Borobudur menjadikan wilayah ini juga berupaya menggali potensi desanya untuk berkembang dan dapat mendatangkan peningkatan kesejahteraan masyarakatnya secara ekonomi. Selain itu adanya sebagian wilayah desa yang akan dijadikan sebagai Jalan Tol Yogyakarta – Bawen juga menumbuhkan potensi adanya pergerakan ekonomi produktif yang semakin bervariasi dari masyarakat desa tersebut. Desa Karangtalun juga sedang merencanakan konservasi bendungan yang nantinya akan menjadi potensi wisata yang dapat meningkatkan kemajuan perekonomian desa dan peningkatan kesejahteraan masyarakat desa setempat. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri mengingat peradaban saat ini telah memasuki abad 21 dan revolusi industri 4.0, dimana pengetahuan dan teknologi berkembang semakin pesat dan mempengaruhi segala bidang (Zahra et al., 2022).

Persoalan mengenai strategi pengembangan ke arah ekonomi produktif tentu dirasakan oleh pemangku kebijakan dalam hal ini Perangkat Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang. Disamping memetakan potensi serta sumber daya yang relevan dan produktif untuk pengembangan perencanaan tersebut, desa membutuhkan pendampingan berupa peningkatan *skill* pengembangan kompetensi yang dapat menunjang keberhasilan promosi potensi desa sekaligus meningkatkan daya jual Desa Karangtalun sebagai desa wisata kedepannya. Pihak Desa Karangtalun merasa di zaman digital dan penggunaan media sosial yang tinggi oleh masyarakat serta luasnya penyebaran arus informasi menjadikan peningkatan *skill* penggunaan dan produksi sosial media menjadi penting. Pasalnya, sosial media yang di dominasi jenis konten visual teruji efektif dalam memberikan nilai pemahaman terhadap sasaran sebagai komunikan atau penerima pesan (Pramana et al., 2020).

Dengan adanya potensi dan kondisi wilayah yang ada maka *Research Group Media, Khalayak, dan Sistem Sosial Budaya, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Universitas Sebelas Maret* mengadakan kerja sama program pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan pelatihan dalam merancang strategi penggunaan sosial media yang tepat guna dan bagaimana memproduksi konten kreatif, yang dapat menjadi media promosi potensi desa. Hal tersebut diharapkan mampu mengantarkan Desa Karangtalun semakin maju dalam mengembangkan serta menyebarluaskan potensi-potensi desa yang ada sehingga akhirnya mampu meningkatkan perekonomian masyarakat melalui kegiatan promosi ragam

potensi desa khususnya bagi para pelaku Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM). Melalui strategi konten sosial media yang tepat, potensi Desa Karangtalun diharapkan tidak hanya dikenal di kancah regional, namun juga nasional hingga internasional.

2. METODE

2.1 Tahap Persiapan

Pengabdian ini dilakukan menggunakan pendekatan pemberdayaan warga partisipatif (*participatory rural appraisal*) yang berfokus pada transfer atau alih pengetahuan dari pemateri kepada audiens (Ningsih & Prastya, 2022). Pada tahap persiapan, pengabdian melakukan pra riset terlebih dahulu melihat dan menggali potensi yang ada di Desa Karangtalun sehingga diketahui apa saja yang bisa dieksplor dan mana saja yang harus disampaikan serta media sosial apa yang cocok untuk membantu masyarakat agar lebih teredukasi mengenai kekuatan *digital marketing* dewasa ini.

2.2 Tahap Pelaksanaan

Selanjutnya, pada program kegiatan produksi konten dan pengelolaan sosial media untuk pemula dan pelaku UMKM di Desa Karangtalun Kecamatan Ngluwar Kabupaten Magelang ini dilakukan dengan cara pelatihan, dengan cara memberikan penjelasan kepada para target sasaran yang terdiri dari pelaku UMKM dan pengguna sosial media pemula mengenai manfaat dan peluang yang mungkin dieksplorasi oleh masyarakat Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang dalam mempromosikan ragam potensi desa yang ada. Pelatihan merupakan suatu pendidikan jangka pendek untuk mengajarkan ilmu pengetahuan keahlian dan ketrampilan yang dibutuhkan (Elfrianto, 2016). Sasaran peserta dalam pelatihan ini adalah masyarakat pengguna sosial media pemula serta pelaku UMKM termasuk para perangkat desa yang berada di kawasan Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang sebagai pihak-pihak yang diharapkan akan mampu mengeksplorasi potensi-potensi yang dimiliki oleh Desa Karangtalun dan mempromosikan secara meluas melalui beragam konten kreatif yang akan diproduksi dan disebar luaskan melalui *platform* sosial media.

Teknik pemilihan responden sebagai peserta pelatihan dalam kegiatan pengabdian ini menggunakan *purposive sampling* yang merupakan sebuah metode sampling non *random sampling* di mana pengorganisir memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas spesial yang cocok dengan tujuan sehingga diharapkan bisa menanggapi permasalahan yang sedang dihadapi (Lenaini, 2021). Dengan teknik pemilihan tersebut serta sesuai dengan kriteria yang telah dirancang, pelatihan dilaksanakan dengan melibatkan sejumlah 40 peserta. Hal tersebut dilakukan karena dalam pelatihan yang dilakukan sasaran respondennya sudah ditentukan guna untuk memaksimalkan pelaksanaan pelatihan yang tepat sasaran.

Pelaksanaan pelatihan dilaksanakan pada Hari Rabu, Tanggal 08 Juni 2022 Pukul 09.00 WIB sampe dengan Pukul 12.00 WIB berlokasi di ruang aula Kantor Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang. Dalam pelaksanaan pelatihan, di awal pertemuan para peserta diminta untuk mengisi lembar *pre-test* yang telah disediakan untuk melihat kedalaman pemahaman para peserta terhadap sosial media (Gambar 1). Hasilnya digunakan sebagai indikator ke dalam materi yang akan disampaikan kepada para peserta. Begitu pula setelah selesai pelaksanaan pelatihan, para peserta diberikan lembar *post-test* dengan materi yang sama sebagai indikator keberhasilan pelaksanaan pelatihan yang diselenggarakan. Pelaksanaan terbagi menjadi dua sesi besar yaitu materi dan praktikum. Pada sesi materi, para peserta dikenalkan dengan ragam *platform* sosial media yang ada dengan karakteristik pada setiap *platform* yang berbeda-beda. Lebih lanjut, para peserta diperkenalkan dengan posisi sebuah konten kreatif dalam *platform* sosial media dan beragam

potensi sosial media sebagai media promosi untuk meningkatkan potensi UMKM dan potensi desa lainnya. Setelahnya, sesi dilanjutkan dengan uji coba langsung melibatkan seluruh peserta dalam memproduksi konten kreatif yang dapat di unggah dalam *platform* sosial media. Dengan pendampingan tim pelaksana pengabdian dari Universitas Sebelas Maret, seluruh peserta melakukan uji coba produksi konten kreatif dengan menggunakan perlengkapan produksi yang mudah dijangkau oleh masyarakat umum. Sepanjang penyampaian materi, pelaksanaan pelatihan juga diberikan *ice breaking* sebagai upaya dalam menjaga kondisi dan mengembalikan fokus para peserta yang terlibat. Teknik analisis data dalam kegiatan pengabdian ini menggunakan rekapitulasi data dari hasil *pre-test* dan *post-test* yang isi oleh para peserta pelatihan.



Gambar 1 Pembukaan Pelatihan (Dok. Pribadi, 8/06/2022)

2.3 Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi atau tahap akhir, pengabdian ini kemudian diukur melalui hasil tes yang sudah dibagikan baik sebelum dan sesudah. Selain itu ditambah dengan antusias warga, evaluasi kemudian dikerucutkan sehingga menemukan kesimpulan yang akan disajikan pada sub bab selanjutnya.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelatihan produksi konten dan pengelolaan sosial media untuk pemula dan pelaku UMKM di Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang yang sudah dilakukan berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test* dari peserta pelatihan yang berjumlah 23 orang dengan rincian laki-laki sebanyak 15 orang dan perempuan sebanyak 8 orang memberikan hasil yang cukup signifikan berdasarkan respon para peserta dalam mengisi *pre-test* dan *post-test*. *Pre-test* dan *post-test* merupakan metode evaluasi yang digunakan untuk mengetahui kemampuan awal dan akhir dari para peserta pelatihan (Novianti & Salim, 2018). Sebagian besar peserta yang sebelumnya kurang mengetahui sosial media dan produksi konten kreatif yang sesuai menjadi cukup memahami dan mengetahui sosial media beserta fungsi yang bisa digunakan kaitannya dengan produksi konten kreatif khususnya sebagai sarana promosi berdasarkan hasil *post-test* yang peserta isi diakhir waktu pelatihan. Gambar 2 merupakan dokumentasi kegiatan pengabdian ini.



Gambar 2 Suasana Pelatihan (Dok. Pribadi, 8/06/2022)

Dari hasil *pre-test* dan *post-test* yang berhasil didapatkan, data menunjukkan bahwa peserta bisa memahami materi yang telah disampaikan sepanjang pelatihan dan memantik peserta untuk belajar mengenai produksi konten kreatif serta antusias untuk membuat akun di sosial media khususnya Instagram. Hal tersebut tampak dari banyaknya peserta yang memanfaatkan sesi tanya jawab untuk lebih memahami soal sosial media dan konten kreatif yang sesuai. Selain itu, dari data yang berhasil dikumpulkan, usia ternyata mempengaruhi seberapa level pengetahuan yang dimiliki peserta mengenai sosial media. Pada rentang usia 26-50 tahun rata-rata menjawab cukup mengetahui hingga mengetahui sedangkan pada rentang usia 42-60 tahun rata-rata kurang hingga tidak mengetahui sosial media. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kesenjangan usia menjadi salah satu penyebab tidak meratanya pengetahuan peserta akan sosial media. Padahal pelaku UMKM di Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang rata-rata berada pada rentang usia yang kurang mengetahui sosial media sehingga penggunaan sosial media untuk promosi menjadi kurang dioptimalkan. Dengan adanya perubahan pengetahuan peserta akan sosial media dan produksi konten kreatif setelah diadakan pelatihan maka besar kemungkinan peluang peserta untuk mengenal serta mengembangkan sosial media sebagai alat dan sarana promosi kaitannya dengan UMKM yang mereka miliki.



Gambar 3 Contoh Produk Peserta Pelatihan (Dok. Pribadi, 8/06/2022)

Lebih jelas, Tabel 2 disajikan hasil dari *pre-test* dan *post-test* dari peserta pelatihan produksi konten dan pengelolaan sosial media untuk pemula dan pelaku UMKM di Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang.

Tabel 2 Hasil Pre-Test Peserta Pelatihan

NO.	PERNYATAAN	PRE TEST				
		Sangat Mengetahui	Mengetahui	Cukup Mengetahui	Kurang Mengetahui	Tidak Mengetahui
1.	Apakah Anda mengetahui internet	(0)	(9)	(3)	(9)	(2)
2.	Apakah Anda mengetahui sosial media	(0)	(11)	(3)	(7)	(2)
3.	Apakah Anda mengetahui sosial media Instagram	(1)	(7)	(4)	(6)	(4)
4.	Apakah Anda pengguna (memiliki akun) sosial media Instagram	(9)	(14)			

5.	Apakah Anda sering menggunakan sosial media Instagram	Sangat Sering (1)	Sering (0)	Cukup Sering (3)	Kurang Sering (8)	Tidak Pernah (11)
6.	Hal apa yang ditonjolkan dalam sosial media Instagram	Tulisan (0)	Jaringan (0)	Foto (9)	Video (6)	
7.	Apakah Anda mengetahui bahwa sosial media Instagram bisa digunakan untuk sarana promosi	Sangat Mengetahui (0)	Mengetahui (10)	Cukup Mengetahui (5)	Kurang Mengetahui (4)	Tidak Mengetahui (4)

Tabel 3 Hasil Post-Test Peserta Pelatihan

NO.	PERNYATAAN	PRE TEST				
1.	Apakah Anda mengetahui internet	Sangat Mengetahui (0)	Mengetahui (9)	Cukup Mengetahui (14)	Kurang Mengetahui (0)	Tidak Mengetahui (0)
2.	Apakah Anda mengetahui sosial media	Sangat Mengetahui (0)	Mengetahui (18)	Cukup Mengetahui (5)	Kurang Mengetahui (0)	Tidak Mengetahui (0)
3.	Apakah Anda mengetahui sosial media Instagram	Sangat Mengetahui (1)	Mengetahui (7)	Cukup Mengetahui (14)	Kurang Mengetahui (0)	Tidak Mengetahui (0)
4.	Apakah Anda pengguna (memiliki akun) sosial media Instagram	Ya (9)	Tidak (14)			
5.	Apakah Anda sering menggunakan sosial media Instagram	Sangat Sering (1)	Sering (0)	Cukup Sering (3)	Kurang Sering (8)	Tidak Pernah (11)
6.	Hal apa yang ditonjolkan dalam sosial media Instagram	Tulisan (0)	Jaringan (0)	Foto (9)	Video (6)	
7.	Apakah Anda mengetahui bahwa sosial media Instagram bisa digunakan untuk sarana promosi	Sangat Mengetahui (0)	Mengetahui (10)	Cukup Mengetahui (13)	Kurang Mengetahui (0)	Tidak Mengetahui (0)

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelatihan yang sudah dilakukan, peserta mampu menerima dengan baik informasi dan materi yang disampaikan dengan metode penyampaian yang sesuai dengan penerimaan peserta. Suasana pelatihan yang menyenangkan ditunjang dengan beragam *ice breaking* dan praktikum yang melibatkan peserta secara langsung menunjang keberhasilan kegiatan dan penerimaan materi di kalangan peserta. Untuk pelatihan penggunaan sosial media dan produksi konten kreatif sebagai media promosi potensi Desa Karangtalu, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang dapat dikatakan berhasil berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test* yang telah dilakukan sebagai bagian dari pelaksanaan kegiatan pelatihan.

Dari kesenjangan usia yang ada justru memudahkan untuk memberikan pelatihan agar sesuai dengan sasaran dengan meningkatkan pengetahuan secara optimal dari para peserta sehingga tingkat pengetahuan peserta akan sosial media dan produksi konten kreatif dapat ditingkatkan sesuai dengan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Sehingga capaian pemerataan pengetahuan dapat terlaksana dilihat dari hasil *pre-test* dan *post-test* yang cukup signifikan.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Sebelas Maret atas dukungan yang diberikan kepada Tim Pengabdian dari *Research Group Media, Khalayak, dan Sistem Sosial Budaya* melalui Surat Perjanjian Penugasan Pelaksanaan Pengabdian Dana Non Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) Universitas Sebelas Maret Tahun Anggaran 2022 dengan nomor 255/UN27.22/PM/01.01/2022. Selain itu, terima kasih juga dihatorkan kepada lokasi pengabdian yaitu Desa Karangtalun, Kecamatan Ngluwar, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah serta perangkat desa dan masyarakat yang telah membantu dan antusias terhadap program pengabdian masyarakat yang diadakan. Semoga melalui hasil pengabdian ini dapat menambah kemajuan baik bagi masyarakat setempat maupun bidang keilmuan komunikasi.

6. REFERENSI

- Azizah, N. L., & Mauliana, M. I. (2020). Program Pengabdian Masyarakat Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Mengenai Desain. *Jurnal ABDI*, 6(1), 58–64.
- Elfrianto. (2016). Manajemen Pelatihan Sumber Daya Manusia. *Jurnal EduTech*, 2(2).
- Jaya, R. C., & Triono, S. P. H. (2019). Analisis Pengaruh Social Media Engagement Dan After Sales Service Terhadap Online Store Image UKM Serta Dampaknya Terhadap Brand Cohesion. *Jurnal Indonesia Membangun*, 18(3), 31–45.
- Kartika, U. (2013). *Kecanduan Media Sosial Kurangi Rasa Bahagia?* Health.Kompas.Com.
- Lailiyah, N. (2015). Presentasi Diri Netizen dalam Konstruksi Identitas di Media Sosial dan Kehidupan Nyata. *Jurnal Ilmu Sosial*, 14(2), 20–35.
- Lenaini, I. (2021). Teknik pengambilan sampel purposive dan snowball sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengambilan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis/article/download/4075/pdf>
- Negara, E. S. (2017). Kajian Terhadap Tools Dan Framework Social Media Analytics Untuk Pemanfaatan Data Social Media Dalam Penelitian Ilmu Sosial. *Jurnal Teknologi Technoscintia*, 9(2), 132–138.
- Ningsih, I. N. D. K., & Prastya, N. M. (2022). Pelatihan Pengelolaan Media Sosial dan Foto Produk Bagi Kelompok Informasi Masyarakat (KIM) Kabupaten Bantul. *Jurnal Abdimas Madani Dan Lestari (JAMALI)*, 4(1), 31–44. <https://doi.org/10.20885/jamali.vol4.iss1.art5>
- Novianti, D., & Salim, M. B. (2018). Pengaruh Pemberian Pre Test Dan Post Test Terhadap Kesiapan Dan Hasil Belajar IPA Siswa Kelas VII Di SMP Negeri 7 Metro Tahun Pelajaran 2015/2016. *Kappa Journal*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.29408/kpj.v2i1.754>
- Pramana, Utari, P., & Slamet, Y. (2020). Penggunaan Media Visual dalam Sosialisasi Taat Protokol Kesehatan sebagai Upaya Pencegahan Penularan Covid-19 di Kabupaten Klaten. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 3, 351–357.
- Prasetya, A. J., Laksono, Y. T., & Hidayat, W. (2020). Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm) Pengembangan Marketing Website Dan Desain Kemasan Pada Ukm Bumi Cipta Sejahtera Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(01), 92–98. <https://doi.org/10.30996/jpm17.v5i01.3254>
- Pratama, D. E., Subianto, T., & Patalo, R. G. (2022). Edukasi Program Promosi Kesehatan

- Melalui Media Video dan Poster. *Indonesian Journal of Community Services in Engineering & Education (IJOCSSEE)*, 2(1), 71-76.
- Priastuty, C. W., Pawito, & Rahmanto, A. N. (2020). Hoaks tentang Vaksin Covid-19 di Tengah Media Sosial Hoax about Covid-19 Vaccine amid Social Media. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 3, 391-399.
<https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/viewFile/641/646>
- Romadhan, M. I. (2017). Media sosial sebagai sarana promosi potensi desa. *Jurnal Pengabdian LPPM Untag Surabaya*, 2(2), 84-93.
- Sofia, S., Zain, E. M., Mufti, D., Iriani, L. D., Jamil, A., & Amin, M. (2022). Pengabdian Masyarakat Dengan Tema Pelatihan Pemasaran Noken Secara Online Kelurahan Dum Timur, Distrik Sorong Kepulauan -Kota Sorong. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02(03), 1473-1468.
- Wijoyo, H., Haudi, Ariyanto, A., Sunarsi, D., & Faisal Akbar, M. (2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *Ikra-Ith Abdimas*, 3(3), 169-175.
- Wisataone, V. (2021). Penyuluhan Melek Digital untuk Pencegahan Kecanduan Gadget pada Anak Desa Ngampel Pakem. *Indonesian Journal of Community Services in Engineering & Education (IJOCSSEE)*, 1(1), 28-36.
- Zahra, Z. N., Suwangsih, E., Ruskandi, K., Rosmayanti, T., Andrean, B., & Tiani, E. D. (2022). Meningkatkan Pemahaman dan Keterampilan Guru Sekolah Dasar Dalam Menyusun Soal Berbasis Higher Order Thinking Skill (HOTS). *Indonesian Journal of Community Services in Engineering & Education (IJOCSSEE)*, 2(1), 77-84.