

Pemberdayaan Masyarakat Desa Tarowang Melalui Pelatihan Konten Edukasi Di Tiktok Untuk Peningkatan Keterampilan Digital

Agung Widhi Kurniawan¹, Burhanuddin², Tenri Sayu Puspitaningsih Dipoatmodjo³,
Anang Setiawan⁴, Hery Maulana Arif⁵

¹*Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

²Program Studi Bahasa Inggris Terapan, Fakultas Bahasa dan Sastra, Universitas Negeri Makassar

E-mail: agungwk@unm.ac.id¹, drburhanuddin@unm.ac.id², tenri.sayu@unm.ac.id³,
anang.setiawan@unm.ac.id⁴, herymaulana@unm.ac.id⁵

Article History:

Received: 10 September 2025

Revised: 29 September 2025

Accepted: 30 September 2025

Keywords: Literasi Digital,
TikTok, Pemberdayaan
Masyarakat, Promosi UMKM

Abstract: Artikel ini menguraikan hasil kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Tarowang, Kabupaten Jeneponto, Sulawesi Selatan, dalam upaya peningkatan keterampilan digital masyarakat melalui pelatihan pembuatan konten edukasi berbasis TikTok. Metode pelaksanaan mencakup pelatihan literasi digital, pembuatan konten kreatif, dan strategi pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta dalam membuat konten dan memanfaatkan media sosial untuk promosi. Program ini mendorong munculnya kewirausahaan digital berbasis potensi lokal dan meningkatkan daya saing masyarakat desa.

PENDAHULUAN

Desa Tarowang, Kabupaten Jeneponto, merupakan desa pesisir yang terletak di Sulawesi Selatan. Desa ini memiliki potensi besar di sektor perikanan dan pariwisata. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jeneponto tahun 2022, Desa Tarowang memiliki luas wilayah 12,5 km² dengan jumlah penduduk sekitar 2.500 jiwa. Sebanyak 60% penduduknya bekerja sebagai nelayan, 20% sebagai petani, dan 20% lainnya bergerak di sektor jasa dan perdagangan kecil.

Potensi perikanan Desa Tarowang cukup besar, dengan hasil tangkapan ikan rata-rata mencapai 5 ton per bulan. Selain itu, desa ini juga memiliki pantai yang indah dan berpotensi menjadi destinasi wisata. Namun, potensi ini belum tergarap secara optimal karena kurangnya promosi dan keterampilan digital masyarakat dalam memanfaatkan media sosial untuk pemasaran.

Dalam aspek ekonomi Masyarakat Desa Tarowang sebagian besar bergantung pada sektor perikanan tradisional. Hasil tangkapan ikan biasanya dijual langsung ke pasar lokal dengan harga yang relatif rendah karena kurangnya akses ke pasar yang lebih luas. Lalu UMKM di desa ini masih terbatas, dengan hanya beberapa usaha kecil yang bergerak di bidang pengolahan ikan, seperti pembuatan ikan asin dan kerupuk ikan. Usaha ini masih berskala rumah tangga dan belum memiliki strategi pemasaran digital. Selain itu pendapatan rata-rata masyarakat per bulan adalah Rp 1.500.000,- dengan tingkat pengangguran sekitar 15%.

Kemudian dalam aspek pendidikan dan keterampilan digital tingkat pendidikan masyarakat relatif rendah, dengan 60% penduduk hanya lulusan SD dan SMP. Literasi digital masih sangat terbatas, dan sebagian besar hanya untuk komunikasi dasar dan hiburan. Masyarakat belum memahami potensi media sosial seperti TikTok untuk promosi dan edukasi. Fasilitas pelatihan dan pendampingan untuk pengembangan keterampilan digital masih minim.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di pedesaan. Desa Tarowang, Kabupaten Jeneponto, sebagai salah satu desa pesisir di Sulawesi Selatan, memiliki potensi besar dalam sektor perikanan dan pariwisata. Namun, masyarakat desa masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kesejahteraan mereka. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya keterampilan digital, terutama dalam memanfaatkan platform media sosial seperti TikTok untuk promosi dan edukasi.

TikTok, sebagai platform media sosial yang sedang naik daun, tidak hanya digunakan untuk hiburan tetapi juga sebagai sarana edukasi dan promosi. Melalui konten kreatif, TikTok dapat menjadi alat yang efektif untuk memberdayakan masyarakat desa, terutama dalam mempromosikan potensi lokal dan meningkatkan keterampilan digital. Oleh karena itu, pelatihan pembuatan konten edukasi di TikTok menjadi solusi strategis untuk meningkatkan keterampilan digital masyarakat Desa Tarowang.

Desa Tarowang, Kabupaten Jeneponto, merupakan wilayah pesisir yang memiliki potensi besar di sektor perikanan dan pariwisata. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi masyarakat desa diantaranya adalah rendahnya literasi digital dan keterampilan dalam memanfaatkan media sosial secara produktif. Banyak warga yang memiliki akses ke internet dan ponsel pintar, tetapi belum memahami cara menciptakan konten yang menarik dan edukatif untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi maupun promosi potensi lokal. Selain itu, kurangnya pemahaman terhadap algoritma TikTok dan strategi pemasaran digital menyebabkan upaya digitalisasi ekonomi desa belum berjalan optimal. TikTok sebagai salah satu platform media sosial dengan jangkauan luas dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan produk perikanan, hasil laut, serta destinasi wisata lokal kepada khalayak yang lebih luas. Namun, tanpa keterampilan yang memadai, masyarakat belum mampu memanfaatkan platform ini secara maksimal. Minimnya pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan konten edukatif dan promosi digital semakin memperparah permasalahan ini. Padahal, dengan strategi yang tepat, TikTok dapat menjadi sarana pemberdayaan ekonomi yang mampu meningkatkan daya saing dan kesejahteraan masyarakat Desa Tarowang. Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan yang dapat membekali warga dengan keterampilan digital, mulai dari pembuatan konten kreatif hingga strategi pemasaran berbasis media sosial.

METODE

Metode pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif, melibatkan peserta secara aktif dalam setiap tahap pelatihan agar hasilnya aplikatif dan berkelanjutan. Kegiatan diawali dengan survei kebutuhan peserta untuk menyesuaikan materi dengan konteks masyarakat Desa Tarowang. Selanjutnya, diberikan pemaparan teori selama 60 menit tentang literasi digital dan strategi konten TikTok (algoritma, hashtag, timing, background viral, konsistensi, dan identitas visual).

Tahap berikutnya adalah pelatihan dasar pembuatan konten dan demo editing menggunakan CapCut selama 60 menit, mencakup fitur trimming, speed, overlay, efek, transisi, serta format video optimal (9:16, durasi 15–60 detik). Peserta kemudian mengikuti praktik

terbimbing 40 menit membuat konten simulasi bertema edukasi atau promosi UMKM, yang langsung mendapat umpan balik dari fasilitator.

Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman serta keterampilan peserta, ditambah kuesioner kepuasan dan kepercayaan diri dalam mengelola media sosial. Peserta berjumlah 30 orang dari warga Desa Tarowang dan pelaku UMKM sekitar. Melalui pendekatan ini, pelatihan diharapkan meningkatkan kapasitas peserta dalam memanfaatkan TikTok secara produktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan optimalisasi konten media sosial, khususnya platform TikTok, yang diselenggarakan dalam rangka Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dana PNPB Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, diikuti oleh sekitar 30 peserta dari latar belakang yang beragam. Peserta meliputi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), nelayan muda, serta anggota karang taruna dari wilayah pesisir yang menjadi sasaran kegiatan. Segmentasi peserta ini dipilih secara strategis berdasarkan kebutuhan nyata di lapangan, di mana keterampilan digital, khususnya dalam pemasaran berbasis media sosial, masih sangat terbatas namun sangat dibutuhkan dalam meningkatkan daya saing dan jangkauan usaha mereka.

Selama pelatihan berlangsung, suasana berjalan dengan sangat kondusif dan penuh antusias. Interaksi antara fasilitator dan peserta berlangsung aktif, baik dalam sesi penyampaian materi maupun dalam praktik langsung pembuatan dan pengelolaan konten di TikTok. Antusiasme peserta menunjukkan adanya kesenjangan pengetahuan sekaligus keinginan kuat untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital. Hal ini diperkuat oleh temuan bahwa sebagian besar peserta sebelumnya belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai strategi pembuatan konten digital yang menarik, penggunaan fitur TikTok secara optimal, serta teknik membangun engagement dengan audiens secara organik.

Materi pelatihan yang disampaikan mencakup pengenalan algoritma TikTok, teknik storytelling visual, penggunaan audio yang sedang tren, serta strategi hashtag yang relevan untuk meningkatkan jangkauan konten. Pendekatan praktis yang digunakan memungkinkan peserta langsung mencoba membuat konten dengan bimbingan fasilitator, sehingga proses belajar menjadi lebih aplikatif dan kontekstual dengan realitas usaha masing-masing peserta.



Gambar 1. Pemaparan Materi oleh Tim

Evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan dilakukan secara menyeluruh dengan menggunakan pendekatan triangulasi, yaitu: (1) observasi langsung oleh fasilitator selama pelatihan untuk menilai keterlibatan dan respon peserta secara kualitatif; (2) diskusi kelompok kecil untuk menggali pemahaman peserta dan identifikasi tantangan yang mereka hadapi dalam praktik digital marketing; serta (3) pengisian kuesioner pretest dan posttest yang dirancang untuk mengukur perubahan tingkat pengetahuan dan pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam skor pemahaman peserta terkait strategi konten media sosial, dengan mayoritas peserta mampu mengidentifikasi elemen penting dari konten TikTok yang efektif dan menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam memproduksi konten mereka sendiri.

Tabel 1. Capaian Hasil Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Indikator	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan	Keterangan
Pemahaman tentang TikTok	30% peserta tahu fungsi dasar	95% peserta paham fitur dan strategi	Peningkatan signifikan
Kemampuan membuat konten	10% pernah membuat konten	100% mampu membuat dan mengunggah video TikTok	Praktik langsung
Rasa percaya diri digital	Rendah (kurang yakin memulai)	Meningkat (berani eksplorasi konten)	Terbukti saat presentasi hasil

Sumber: dari penulis

Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya berhasil mentransfer pengetahuan teknis, tetapi juga memberdayakan peserta dalam hal mindset digital dan kesiapan adaptasi terhadap ekosistem pemasaran yang semakin digital. Hasil ini mengindikasikan bahwa kegiatan pelatihan serupa sangat potensial untuk direplikasi di komunitas lain yang memiliki karakteristik serupa, sebagai bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi berbasis keterampilan digital yang inklusif dan berkelanjutan.

Pelatihan optimalisasi konten media sosial, khususnya platform TikTok, yang diselenggarakan dalam rangka Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dana PNPB Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, mendapatkan respon yang sangat positif dari para peserta. Berdasarkan hasil kuesioner, sebanyak 94% peserta menyatakan puas terhadap materi yang disampaikan dan metode pelatihan yang digunakan. Selain itu, 88% peserta mengaku merasa lebih percaya diri dalam mengelola akun media sosial, baik untuk keperluan pribadi maupun bisnis, setelah mengikuti pelatihan ini.

Hasil observasi fasilitator selama kegiatan serta refleksi yang dilakukan bersama peserta menunjukkan bahwa pelatihan ini tidak hanya memberikan wawasan baru, tetapi juga membekali peserta dengan keterampilan praktis yang langsung dapat diterapkan. Para peserta menyampaikan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat untuk mendukung berbagai aktivitas, seperti promosi produk UMKM, pengelolaan konten organisasi kepemudaan, hingga pembuatan konten pribadi yang lebih kreatif dan profesional.

Dengan demikian, kegiatan pelatihan ini terbukti mampu menjawab kebutuhan keterampilan digital yang semakin penting di era transformasi digital. Pelatihan ini memberikan dampak nyata dalam mendukung pemberdayaan masyarakat pesisir, khususnya dalam membangun kapasitas digital yang relevan dengan perkembangan media sosial saat ini.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan optimalisasi konten media sosial berbasis TikTok ini berhasil mengintegrasikan aspek edukatif dan aplikatif dalam satu rangkaian kegiatan yang mampu memberdayakan peserta secara langsung. Kombinasi antara pemaparan materi teoritis dan praktik

langsung dalam pembuatan serta pengelolaan konten digital terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital peserta yang berasal dari kelompok masyarakat akar rumput, seperti pelaku UMKM, nelayan muda, dan karang taruna.

Keberhasilan pelatihan ini selaras dengan temuan Lestari & Wibowo (2021), yang menyatakan bahwa pendekatan partisipatif dalam pelatihan berbasis digital marketing dapat meningkatkan kemampuan adaptasi masyarakat terhadap perubahan teknologi, terutama dalam sektor ekonomi informal. Selain itu, penelitian oleh Hutabarat et al. (2022) juga menunjukkan bahwa pelatihan media sosial yang dirancang secara kontekstual dan berbasis kebutuhan lokal mampu meningkatkan efektivitas promosi usaha kecil dan menengah secara signifikan.

Fakta bahwa mayoritas peserta menunjukkan peningkatan skor pada posttest dan menyatakan kepuasan terhadap pelatihan ini juga menguatkan hasil studi Yuliani et al. (2020) yang menggarisbawahi pentingnya pelatihan berbasis praktik langsung sebagai metode yang paling efektif untuk mengembangkan keterampilan digital di kalangan masyarakat non-teknis. Lebih jauh, pelatihan ini turut membentuk pola pikir (mindset) digital baru di kalangan peserta, di mana media sosial tidak lagi dipandang sekadar sebagai sarana hiburan, tetapi sebagai alat strategis dalam membangun personal branding, promosi usaha, dan memperluas jejaring bisnis. Perubahan perspektif ini mencerminkan adanya proses pemberdayaan digital yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga transformatif, sebagaimana dijelaskan oleh Nasution (2020) bahwa keberdayaan digital harus mencakup perubahan sikap dan pola pikir dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan diri dan komunitas.

Dengan mempertimbangkan capaian tersebut, pelatihan ini layak untuk direplikasi di wilayah atau komunitas lain yang memiliki karakteristik serupa. Sebagai bentuk intervensi strategis, kegiatan ini dapat berperan dalam mendukung agenda transformasi digital nasional yang inklusif, sebagaimana diamanatkan dalam program literasi digital oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI. Pelatihan semacam ini juga berpotensi mendorong penguatan ekonomi lokal melalui pemberdayaan masyarakat yang berbasis keterampilan digital yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan kebutuhan pasar yang dinamis.

KESIMPULAN

Pelatihan optimalisasi konten media sosial khususnya platform TikTok yang diselenggarakan dalam rangka Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dana PNBPF Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Makassar telah berhasil meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri peserta dalam mengelola media sosial sebagai media promosi dan pengembangan usaha. Pendekatan pelatihan yang mengintegrasikan aspek edukatif dan aplikatif mampu memberdayakan peserta secara langsung dan membentuk mindset digital yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan pemasaran digital. Tingkat kepuasan peserta yang tinggi dan peningkatan signifikan pada evaluasi menunjukkan efektivitas kegiatan ini sebagai sarana pemberdayaan masyarakat berbasis keterampilan digital yang inklusif dan berkelanjutan. Pelatihan ini memiliki potensi untuk direplikasi pada komunitas lain dengan karakteristik serupa untuk mendukung pengembangan ekonomi lokal melalui penguasaan teknologi digital.

SARAN

1. Replikasi dan Skalabilitas
Pelatihan serupa perlu diperluas dan direplikasi di wilayah atau komunitas lain dengan karakteristik yang sama, terutama di daerah-daerah yang masih minim literasi digital, guna mempercepat pemberdayaan ekonomi berbasis digital.
2. Penguatan Pendampingan Pasca Pelatihan
Disarankan adanya pendampingan berkelanjutan bagi peserta setelah pelatihan agar keterampilan yang diperoleh dapat terus dikembangkan dan diaplikasikan secara optimal dalam aktivitas usaha dan pengelolaan konten.
3. Pengembangan Modul Pelatihan
Modul pelatihan perlu dikembangkan secara dinamis dengan memasukkan tren terbaru di media sosial dan teknologi digital agar peserta selalu mendapat materi yang relevan dan up-to-date.
4. Kolaborasi dengan Stakeholder Lain
Pihak penyelenggara dianjurkan untuk menjalin kerja sama dengan pemerintah daerah, lembaga swasta, dan komunitas digital guna memperluas jaringan dan sumber daya demi keberlanjutan program pelatihan.
5. Evaluasi Jangka Panjang
Pelaksanaan evaluasi jangka panjang dianjurkan untuk mengukur dampak pelatihan terhadap perubahan perilaku digital peserta dan perkembangan usaha mereka agar dapat dijadikan bahan perbaikan program di masa mendatang.

DAFTAR REFERENSI

- BPS Kabupaten Jeneponto. (2022). Statistik Daerah Kabupaten Jeneponto.
- Dinas Kelautan dan Perikanan Kabupaten Jeneponto. (2022). Laporan Produksi Perikanan.
- Hutabarat, D., Rini, E. S., & Sipayung, T. (2022). Pelatihan digital marketing untuk peningkatan daya saing UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 134–143.
- Kurnia, N., & Astuti, S. I. (2017). Literasi digital di kalangan masyarakat Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 5(1), 1–15.
- Lestari, M., & Wibowo, A. (2021). Strategi Pemberdayaan UMKM melalui Literasi Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Humaniora*, 15(1), 55–66.
- Nasution, R. A. (2020). Transformasi Digital dan Perubahan Mindset Masyarakat: Kajian Perspektif Sosioteknologi. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 2(1), 22–31.
- Nurjanah, I., et al. (2017). Peran literasi digital dalam pemberdayaan ekonomi desa. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 6(2), 45–60.
- Purnomo, A., & Sulistyowati, E. (2021). Pemanfaatan Media Sosial TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 123–134.
- Rahayu, S., & Prasetyo, B. (2020). Pemberdayaan Masyarakat Desa melalui Literasi Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(1), 45–56.
- Sari, D. P., & Nugroho, A. (2022). Strategi Pemasaran Digital melalui TikTok. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(3), 210–225.
- Yuliani, R., Permana, A., & Fitriani, I. (2020). Efektivitas Pelatihan Digital untuk Meningkatkan Kapasitas Pemasaran Produk UMKM Berbasis Media Sosial. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(3), 110–119.