

Pelatihan *Digital Content Creation* bagi *Creativepreneur* di Desa Limbung Kabupaten Kubu Raya

Debbie Yuari Siallagan¹, Era Prestoroika², Laila Nurfitriah Lubis³, Adiyath Randi
Yudimamase⁴, Asri Hidayati⁵, Magdalena Depriyani⁶, Andjani Trimawarni⁷, Winda Chelsea
Meisari⁸, Eka Mustika Sari⁹
1,2,3,4,5,6,7,8,9 Politeknik Negeri Pontianak

Histori Naskah

Diserahkan:
10-10-2025

Direvisi:
22-10-2025

Diterima:
25-10-2025

ABSTRACT

The village of Limbung in Kubu Raya Regency had numerous business opportunities. Limbung Village also had innovative and creative human resources, particularly through the youth community group in the village. The daily routines of the community were inseparable from the internet, particularly in the use of social media. This encouraged the community, especially the younger generation in Limbung Village, to actively create digital content. The Kristal Youth Organization of Limbung Village had two types of businesses that had been running for quite some time: the sale of office stationery and printing, as well as catfish farming, which was managed creatively. The creativity involved included producing catfish feed using a self-made production machine. Creativepreneurs, the business owners who ran their enterprises creatively by continuously innovating to ensure their businesses thrived, were active in the village. However, the utilization of these efforts had not yet significantly increased the income of the younger generation, indicating that the use of social media was not yet optimal. The lack of understanding among creativepreneurs in leveraging social media was a core issue that needed to be addressed. Strong skills in managing social media could provide significant benefits for entrepreneurs, such as reaching a broader market and increasing the potential for greater profits. As a result of these activities, creativepreneurs had become capable of creating engaging digital content using editing applications and had also contributed to promoting the village's businesses and products.

Keywords : *Digital Content Creation; Creativepreneur; Limbung Village*

ABSTRAK

Desa limbung Kabupaten Kubu Raya memiliki peluang usaha yang sangat banyak. Desa Limbung juga memiliki sumber daya manusia yang inovatif/kreatif yaitu wadah perkumpulan remaja di lingkungan Desa. Rutinitas harian masyarakat tidak terlepas dari internet dalam penggunaan media sosial. hal ini mendorong masyarakat khususnya generasi muda di Desa Limbung aktif berkreasi dalam menghasilkan konten digital. Karang taruna Kristal Desa Limbung memiliki dua jenis usaha yang sudah cukup lama dijalankan yaitu usaha penjualan alat tulis kantor dan percetakan serta budidaya ikan lele yang dikelola dengan kreatif, bentuk kreativitas yang dilakukan adalah dengan membuat pakan lele dengan mesin produksi sendiri. *Creativepreneur* merupakan para pemilik usaha yaitu yang menjalankan usahannya secara kreatif dengan terus melakukan inovasi agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik. Namun, pemanfaatannya belum dapat menambah penghasilan generasi muda sehingga belum optimalnya penggunaan media sosial yang dimiliki. Kurangnya pemahaman *creativepreneur* dalam memanfaatkan media sosial menjadi akar masalah yang perlu untuk diatasi. Keterampilan yang baik dalam mengelola media sosial dapat memberikan manfaat yang besar bagi pelaku usaha seperti dapat menjangkau pasar yang lebih luas sehingga potensi mendapatkan keuntungan lebih besar pula. Hasil dari kegiatan ini *creativepreneur* sudah mampu membuat konten digital yang menarik melalui aplikasi editing dan juga dapat membantu desa dalam memasarkan usaha dan produk desa.

Kata Kunci : *Digital Content Creation; Creativepreneur; Desa Limbung.*

Corresponding Author : Debbie Yuari Siallagan, e-mail: debbie.yuari@gmail.com

PENDAHULUAN

Desa Limbung, Kabupaten Kubu Raya, memiliki potensi usaha yang sangat beragam dengan dukungan sumber daya manusia (SDM) yang inovatif dan kreatif, khususnya dari kalangan remaja yang tergabung dalam wadah karang taruna. Masyarakat Desa Limbung menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengembangkan usaha berbasis potensi lokal serta memanfaatkan sumber daya desa untuk membangun dan memperluas kegiatan ekonomi baru. Keterlibatan masyarakat dalam dunia digital juga cukup kuat, terlihat dari rutinitas penggunaan internet dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena ini mendorong generasi muda untuk aktif berkreasi melalui produksi konten digital, meskipun pemanfaatannya belum sepenuhnya berdampak pada peningkatan penghasilan mereka. Salah satu contoh nyata kreativitas masyarakat adalah Karang Taruna Kristal Desa Limbung yang telah menjalankan dua jenis usaha, yaitu penjualan alat tulis kantor (ATK) dan percetakan, serta budidaya ikan lele dengan inovasi pembuatan pakan menggunakan mesin produksi sendiri. Aktivitas tersebut mencerminkan semangat *creativepreneur*, yaitu pelaku usaha yang menjalankan kegiatan bisnisnya secara kreatif dan terus berinovasi agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan. Kewirausahaan kreatif atau *creative entrepreneurship* tidak hanya terbatas pada bidang seni dan budaya, tetapi juga mencakup sektor teknologi, desain, dan media yang menjadikan kreativitas sebagai pendorong utama inovasi dan pertumbuhan ekonomi (Tidd, 2023).

Dalam melakukan pemasaran usaha para *creativepreneur* di Desa Limbung telah melakukan beberapa upaya seperti pembuatan media sosial namun konten digital yang dihasilkan belum mendapat respon positif dari masyarakat luas. Kondisi ini apabila terus menerus terjadi maka akan membuat keberlangsungan usaha menjadi terhambat. Kurangnya pemahaman *creativepreneur* dalam memanfaatkan media sosial menjadi akar masalah yang perlu untuk diatasi. Keterampilan yang baik dalam mengelola media sosial dapat memberikan manfaat yang besar bagi pelaku usaha seperti dapat menjangkau pasar yang lebih luas sehingga potensi mendapatkan keuntungan lebih besar pula (Rahmawati et al., 2024). Luasnya jangkauan pasar dapat membuat *creativepreneur* mengidentifikasi dan memahami pasar baru yang ingin dituju kemudian melakukan pengembangan usaha (Safrin, 2024) sehingga dapat Menyusun strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan media sosial untuk *digital content creation* yang menarik dan mendapat pelanggan baru. Saat ini, persaingan memiliki dua pilihan: menjadi kreatif atau tidak kreatif. Karena itu, untuk terus mengembangkan bisnis dan membangun hubungan bisnis, ide dan inovasi sangat penting.

Permasalahan utama yang melatarbelakangi pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini adalah rendahnya pemanfaatan media sosial secara produktif di kalangan *creativepreneur* Desa Limbung, Kabupaten Kubu Raya. Sebagian besar masyarakat, khususnya generasi muda, masih menggunakan media sosial sebatas untuk hiburan tanpa memahami potensi strategisnya sebagai sarana promosi dan pengembangan usaha. Secara teoretis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep *digital literacy* dan *entrepreneurial competence*, di mana kemampuan seseorang untuk mengakses, memahami, dan memanfaatkan teknologi digital secara kreatif merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha (Rhussary & Putera, 2024; Riezqy & Laksana, 2025). Rendahnya literasi digital mengakibatkan pelaku usaha tidak mampu mengoptimalkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif, padahal menurut Kotler dan Keller (2019), strategi pemasaran digital yang berbasis konten memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan brand awareness dan keputusan pembelian konsumen (Kotler & Keller, 2019). Dengan demikian, pelatihan Digital Content Creation menjadi relevan sebagai upaya peningkatan kapasitas *creativepreneur* agar mampu mengintegrasikan kreativitas, teknologi, dan strategi pemasaran dalam satu kesatuan.

Oleh karena itu, kegiatan PKM yang dilaksanakan oleh tim dosen Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Pontianak memiliki nilai akademis dalam konteks penerapan teori kewirausahaan kreatif (*creative entrepreneurship*) dan nilai sosial dalam memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat berbasis digital.

SASARAN DAN TUJUAN KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diperuntukkan bagi para *creativepreneur* di Desa Limbung Kabupaten Kubu Raya. *Creativepreneur* tersebut merupakan para wirausaha dan karang taruna kristal Desa Limbung Kabupaten Kubu Raya yang memiliki rutinitas harian yang tidak terlepas dari penggunaan media sosial dengan memanfaatkannya untuk memperluas jangkauan pasar. *Digital content creation* menjadi salah satu upaya untuk memasarkan produk usaha *creativepreneur* agar usaha mereka dapat dibeli oleh pelanggan. Selain itu dapat mengimplementasikan ide-ide kreatif dan inovatif dalam bentuk proyek nyata.

Para *creativepreneur* saat ini lebih banyak memanfaatkan media sosial sebagai hiburan semata tanpa menyadari potensi dari penggunaan media sosial dengan baik dalam melakukan promosi produk usahanya. Kegiatan pengabdian Pada Masyarakat yang dilakukan oleh tim dari jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Pontianak yang menjadi penyedia kegiatan pelatihan dengan memberikan pengetahuan kepada masyarakat Desa Limbung dan Tim PKM juga dapat mengembangkan rasa tanggung jawab sosial dan komitmen untuk berkontribusi pada pembangunan masyarakat khususnya di Desa Limbung Kabupaten Kubu Raya. Jumlah peserta dalam kegiatan ini 30 orang. Tujuan utama dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman dan keterampilan mengenai pelatihan *digital content creation* bagi *Creativepreneur* dan memberikan pelatihan yang lebih intensif mengenai praktik *digital content creation* dalam pemasaran produk usaha maupun menjadi peluang usaha *creativepreneur*.

TAHAPAN KEGIATAN DAN METODE

Tahapan-tahapan yang disusun dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Melakukan survey pendahuluan dan mendatangi lokasi Desa Limbung guna mengetahui kondisi terkini dan kebutuhan terkait perkembangan usaha yang dijalankan para *Creativepreneur*.
2. Mendatangi lokasi Desa Limbung Kabupaten Kubu Raya untuk melaksanakan kegiatan PPM.
3. Menghadirkan narasumber yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam bidang *digital content creation*.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode ceramah dan praktik langsung. Pelatihan dalam pengembangan sumberdaya manusia salah satunya adalah pelatihan teknologi (*technology training*) yaitu berupa kegiatan pengenalan dan pelatihan terkait penggunaan teknologi dengan menggunakan beberapa aplikasi dalam membuat konten digital. Dosen dari Politeknik Negeri Pontianak jurusan administrasi bisnis dan *enterpreneur* memberikan pelatihan *digital marketing* bekerjasama dengan Pemerintah Desa Limbung. Kegiatan PKM berupa pelatihan ini merupakan upaya pengajaran dan membimbing masyarakat khususnya para *Creativepreneur* untuk memperluas ilmu, keterampilan, dan kemampuan dalam bidang *digital content creation*. Hal ini dapat membantu para *Creativepreneur* mempertahankan dan melanjutkan usahanya agar memiliki kreativitas dan terus berinovasi, mengembangkan skill, dan mampu bersaing dengan para

kompetitornya. Dalam pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan berbagai tahapan yaitu sebagai berikut:

1. Penyampaian materi oleh narasumber dengan metode ceramah.
2. Tanya jawab dengan para *Creativepreneur*.
3. Brainstorming pengetahuan dan pengalaman mengenai *digital content creation* dengan para *Creativepreneur* dan segenap perangkat Desa Limbung.
4. Pendampingan para peserta pelatihan selama kegiatan PKM berlangsung.

Metode yang dilakukan dalam evaluasi pasca pelaksanaan kegiatan PKM, alat pengumpulan data yang dilakukan adalah kuesioner (angket). Selama pelatihan peserta menerima kuisisioner sebelum dilakukan pelatihan yang memuat pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan pemahaman mengenai *digital content creation* selanjutnya setelah diberikan pelatihan diberikan kembali kuisisioner untuk mengetahui seberapa berhasil pelaksanaan pelatihan *digital content creation*. Berdasarkan hasil perbandingan kuisisioner sebelum dan sesudah pelatihan akan dianalisis sehingga diketahui tingkat pemahaman partisipan dalam pelatihan. Berdasarkan hasil analisis tersebut maka akan dilakukan evaluasi, apakah partisipan memahami materi yang diberikan, serta dapat mengaplikasikan media sosial dalam *digital content creation*.

Tabel 1. Evaluasi program PKM

No.	Kriteria	Indikator Pencapaian Tujuan	Tolak Ukur
1.	Peserta dapat mengerti konsep <i>digital content creation</i> , seperti definisi, manfaat, dan cara penggunaannya.	Peserta dapat menjelaskan secara jelas apa <i>digital content creation</i> dan bagaimana berfungsi.	Hasil kuesioner yang menunjukkan peserta untuk menggambarkan konsep <i>digital content creation</i> .
2.	Peserta dapat mempraktekkan cara mengaplikasikan <i>digital content creation</i> melalui media sosial	Peserta dapat membuat konten pemasaran melalui media sosial	Adanya konten pemasaran yang dihasilkan melalui media sosial

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Persiapan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang sangat penting selain pendidikan dan penelitian. Persiapan yang matang sangat diperlukan agar kegiatan ini berjalan efektif dan memberikan dampak yang signifikan kepada target sasaran. Adapun beberapa persiapan yang dilakukan oleh TIM PKM di antara lainnya menyusun konsep kegiatan dan aspek teknis lainnya seperti transportasi, akomodasi hingga peralatan yang diperlukan siap untuk digunakan saat kegiatan berlangsung serta berkoordinasi dengan perangkat Desa dalam membantu menentukan tempat dan waktu pelaksanaan kegiatan PKM dan juga untuk mengundang para *creativepreneur* sebagai peserta, selanjutnya menghubungi para narasumber yang merupakan dosen Politeknik Negeri Pontianak yang memiliki kompetensi mengenai *digital content creator* untuk mempersiapkan materi yang akan diberikan kepada para *creativepreneur* sebagai peserta kegiatan PKM.

B. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dari tim dosen jurusan Administrasi Bisnis di Desa Limbung bersama dengan para *creativepreneur* pada tanggal 25 Juli 2025 diawali dengan pembukaan yang dipandu oleh moderator serta penyampaian susunan acara. Kegiatan PKM dibuka dengan kata sambutan dari Ketua PKM dengan menyampaikan maksud dan tujuan dari kegiatan PKM ini, kemudian dilanjutkan kata sambutan dari Kepala Desa Limbung yang menyambut dengan antusias karena topik dari kegiatan PKM ini sangat sesuai dengan kebutuhan masyarakat di desa Limbung dan berharap kegiatan PKM ini dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat di desa Limbung. Acara dilanjutkan dengan pembacaan doa demi kelancaran kegiatan PKM serta dimulai sesi penyampaian materi oleh dosen sekaligus pakar dalam *digital content creation* serta pelatihan bagaimana cara membuat konten yang baik dan menarik serta melakukan pemasaran secara digital dari konten yang sudah dibuat para *creativepreneur* yang telah hadir dalam kegiatan. Para *creativepreneur* yang sudah aktif dalam sebagai konten kreator dapat memanfaatkan kegiatan agar mampu memahami dan mengaplikasikan/mempraktekkan pemanfaatan *digital content creation* dalam pemasaran produk usahanya sehingga nantinya dapat meningkatkan pendapatan mereka hingga pendapatan asli desa karena sudah membantu melakukan pemasaran usaha BUMDES desa Limbung.



Kegiatan pelatihan ini diselenggarakan secara langsung di Desa Limbung, melibatkan peserta utama dari anggota Karang Taruna Kristal dan *creativepreneur* muda. Tim PKM yang dipimpin oleh Debbie Yuari Siallagan, dosen Jurusan Administrasi Bisnis Polnep, memberikan materi praktis tentang pembuatan konten digital, termasuk fotografi, videografi, editing sederhana menggunakan aplikasi mobile, serta strategi promosi di platform seperti Instagram dan TikTok. Fokus utama adalah pada konten promosi yang menarik untuk produk lokal, seperti video kreatif tentang budidaya ikan lele atau foto estetik alat tulis kantor.

Pelatihan berlangsung interaktif, dengan sesi *hands-on* di mana peserta langsung mempraktikkan pembuatan konten. Narasumber dari Polnep juga berbagi pengalaman tentang inovasi bisnis digital, menekankan pentingnya konsistensi dan kreativitas untuk menghadapi era digital. Kegiatan ini tidak hanya teoritis, tetapi juga kontekstual, disesuaikan dengan kebutuhan desa, seperti promosi kegiatan Karang Taruna dan peningkatan daya jual produk unggulan desa.



Hasil kegiatan ini sangat positif, di mana peserta mampu membuat konten promosi sederhana secara mandiri, seperti video pendek dan postingan visual yang estetik. Indikator keberhasilan terlihat dari peningkatan kualitas konten di media sosial peserta pasca-pelatihan, yang langsung diterapkan untuk memasarkan usaha desa. Beberapa manfaat nyata meliputi:

1. Peningkatan Visibilitas Usaha: Konten digital membantu mempromosikan produk lokal, ke pasar yang lebih luas, berpotensi meningkatkan penjualan dalam jangka pendek.
2. Penguatan Komunitas: Karang Taruna Kristal kini memiliki portofolio konten yang inspiratif, membangun citra desa sebagai pusat kreativitas.
3. Pemberdayaan Generasi Muda: Peserta dilengkapi semangat untuk terus berinovasi, mengubah mereka dari sekadar pelaku usaha menjadi *creativepreneur* adaptif yang solutif terhadap tantangan zaman.

C. Evaluasi Kegiatan

Tim PKM melakukan evaluasi kegiatan sebagai berikut:

1. Evaluasi selama kegiatan dengan melakukan evaluasi sebagai berikut:
 - a. Evaluasi terhadap kehadiran peserta dan kesiapan tempat serta ketersediaan bahan-bahan produk, sarana dan pasarana serta dan tata ruang.
Hasil evaluasi:
Pada tahap ini peserta yang hadir berjumlah 30 orang peserta yang terdiri dari karang taruna di Desa Limbung. Setiap sarana dan prasarana dapat digunakan dengan sebagaimana mestinya sesuai dengan keperluan dalam kegiatan PKM.
 - b. Evaluasi hambatan baik masalah penyampaian materi pelatihan maupun hal-hal yang bersifat teknis.
Hasil Evaluasi:
Penyampaian materi pelatihan disampaikan dengan baik melalui pemaparan materi secara langsung dan melakukan praktek kepada seluruh peserta.
 - c. Evaluasi kelayakan materi yang diberikan dan daya penerimaan materi peserta/ penyerapan materi.
Hasil evaluasi:
Kelayakan materi yang telah disampaikan telah diterima dengan baik oleh para peserta dibuktikan dari hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada peserta saat

sesudah kegiatan. Hasil kuesioner menunjukkan 95% peserta menerima/ menyerap materi dengan baik.

2. Evaluasi terhadap pemahaman para peserta melalui kuesioner.

Hasil Evaluasi:

Tim PKM membagikan dan meminta kepada para peserta untuk mengisi kuesioner sebagai bahan dalam melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan PKM.

Berdasarkan hasil kuesioner yang sudah dihimpun oleh tim PKM yaitu disimpulkan sebelum peserta mengikuti kegiatan ini mereka kurang memahami bagaimana memanfaatkan *digital content creation* dan belum mengetahui cara menggunakan aplikasi desain grafis dalam mengedit video maupun foto, setelah kegiatan peserta dapat memahami dan dapat mempraktekan dengan baik serta mampu menggunakan aplikasi dalam mengedit video konten.

3. Evaluasi akhir kegiatan bersama tim PKM.

Hasil evaluasi:

Evaluasi akhir yang dilakukan bersama Tim PKM yaitu kegiatan sudah dipersiapkan dan dilaksanakan dengan baik serta luaran yang sudah dihasilkan berupa publikasi media cetak dan online, jurnal nasional terakreditasi serta perjanjian kerja sama antara POLNEP dengan Kantor Desa Limbung Kabupaten Kubu Raya.

PENUTUP

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dari tim dosen Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Pontianak mendapat bantuan dan dukungan sehingga tercipta kolaborasi dan kerjasama dengan Pemerintah Desa Limbung dalam memberikan materi serta pelatihan mengenai *Digital Content Creation* kepada para *creativepreneur* di Desa Limbung. Adapun manfaat yang dirasakan oleh para peserta disini adalah dapat memahami dan mempraktekan cara membuat konten digital yang menarik menggunakan aplikasi sebagai upaya memasarkan produk dari usaha BUMDES dan usaha maupun bisnis. Sehingga dampak yang dirasakan oleh peserta adalah meningkatnya pendapatan dari hasil usaha serta memberdayakan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memajukan usaha mereka.

Pada pelaksanaan PKM seluruh pihak yang terlibat perlu melakukan koordinasi supaya kegiatan PKM dapat berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan dan bisa tepat sasaran dalam memberikan pengetahuan kepada para *creativepreneur* dalam memanfaatkan *digital content creation*. *creativepreneur* dapat belajar banyak hal terkait materi, teknik dan praktek mengenai konten digital. Konten digital akan terus berkembang, sehingga selanjutnya harus dapat memastikan materi yang diberikan selalu *up-to-date* dengan teknologi dan tren terbaru, seperti penggunaan salah satu media sosial untuk promosi, iklan berbayar di media sosial, atau pemasaran influencer. Oleh sebab itu kemampuan dalam membuat *content*, memahami dan menggunakan aplikasi desain grafis dalam mengedit video dapat dijadikan sebagai tolak ukur dari tercapainya tujuan dari pelaksanaan PKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & W. Hardani, Eds.; B. Sabran, Trans.; 2nd ed.). Erlangga.
- Rahmawati, M., Pratiwi, S. R., Wahyuni, R., Kartini, K., & Asas, I. (2024). UMKM Cakap Digital melalui Penerapan E-Commerce: Studi Empiris di Kota Tarakan. *Jurnal Alwatzikhoebillah : Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 10(2), 318–331. <https://doi.org/10.37567/alwatzikhoebillah.v10i2.2790>
- Rhussary, M. L., & Putera, M. T. F. (2024). PENERAPAN EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI KREATIF DI KALIMANTAN TIMUR. *Cendekia : Jurnal Pendidikan dan Pengajaran*, 13(2), 1–11.
- Riezqy, A. F., & Laksana, A. D. (2025). PERAN DIGITALISASI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI KELURAHAN GRENDENG. *Jurnal Spektrum Ekonomi*, 8(6), 127–133.
- Safrin, F. A. (2024). *CREATIVE DAN CULTURAL ENTREPRENEURSHIP* (1st ed.). PT Media Penerbit Indonesia.
- Tidd, J. (2023). Managing innovation. In *IEEE Technology and Engineering Management Society Body of Knowledge (TEMSBOK)*. <https://doi.org/10.1002/9781119987635.ch6>