

## Pelatihan Digitalisasi Pembuatan Konten Kreatif Sebagai Wadah Ekspresi Dan Peningkatan Ekonomi Keluarga PKK Bangmalang Cepit

Annida Purnamawati<sup>1</sup>, Devita Widyaningtyas Y<sup>2\*</sup>, Umi Khultsum<sup>3</sup>, Dwi Iswahyuni<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Ringroad Barat, Gamping Kidul, Ambarketawang, Kec. Gamping, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55184.

e-mail: <sup>1</sup>annida.npr@bsi.ac.id, <sup>2\*</sup>devita.ded@bsi.ac.id, <sup>3</sup>umikhultsum.ukm@bsi.ac.id, <sup>4</sup>dwi.dhs@bsi.ac.id

Diterima	Direvisi	Disetujui
08-11-2025	10-12-2025	07-01-2026

**Abstrak** - Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berfokus pada *Pelatihan Digitalisasi Pembuatan Konten Kreatif bagi Ibu-ibu PKK Mbangmalang Cepit*. Program ini dilatarbelakangi oleh rendahnya pemanfaatan *smartphone* secara produktif, terbatasnya keterampilan pembuatan konten digital, serta kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital dan peluang monetisasi di kalangan ibu-ibu PKK. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas dalam literasi digital untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis rumah tangga. Kegiatan PkM ini dirancang sebagai solusi melalui pelatihan literasi digital dasar, pelatihan pembuatan konten kreatif menggunakan aplikasi sederhana, serta pengenalan strategi pemasaran digital dan monetisasi konten. Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research (PAR)*, dengan sasaran peserta yaitu ibu rumah tangga yang memiliki waktu fleksibel, tingkat pendidikan menengah, serta kepemilikan *smartphone* yang cukup tinggi namun belum dimanfaatkan secara optimal. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta dalam pembuatan konten digital, serta peningkatan potensi ekonomi melalui pemanfaatan platform digital. Luaran program meliputi publikasi ilmiah pada jurnal pengabdian, artikel pada media massa elektronik, dan peningkatan kapasitas ekonomi mitra. Secara keseluruhan, kegiatan ini mendukung implementasi kebijakan ekonomi digital nasional dengan mendorong pemberdayaan perempuan dan penguatan ekonomi kreatif berbasis digital di tingkat komunitas.

**Kata kunci:** PKK, literasi digital, konten kreatif, ekonomi digital

**Abstract** - *This Community Service Program (PkM) focuses on Training on Digitalization and Creative Content Development for PKK Women in Mbangmalang Cepit. The program was initiated in response to the low level of productive smartphone use, limited skills in digital content creation, and insufficient understanding of digital marketing strategies and monetization opportunities among PKK members. These conditions highlight the need to enhance digital literacy as a means of fostering home-based creative economic development. The program was designed to address these challenges through basic digital literacy training, workshops on creative content creation using simple applications, and the introduction of digital marketing strategies and content monetization techniques. The implementation employed the Participatory Action Research (PAR) method, targeting housewives with flexible time availability, a moderate education level, and high smartphone ownership that had not yet been optimally utilized. The results indicate a significant improvement in participants' knowledge and skills in digital content production, as well as increased economic potential through the use of digital platforms. The program outputs include publications in community service journals, articles in electronic mass media, and enhanced economic capacity among the partners. Overall, this initiative supports the implementation of the national digital economy policy by promoting women's empowerment and strengthening community-based creative economies through digital transformation.*

**Keywords:** PKK, digital literacy, creative content, digital economy



**Pendahuluan**

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk cara berkomunikasi, berkreasi, dan mencari penghasilan. Digitalisasi membuka peluang baru bagi berbagai kelompok masyarakat untuk mengekspresikan diri dan meningkatkan pendapatan keluarga (Bakrie et al. 2024). Namun, kesenjangan digital masih menjadi tantangan di berbagai wilayah Indonesia, terutama di kalangan perempuan dan kelompok ibu rumah tangga yang tergabung dalam Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK).

Menurut penelitian terkini oleh Nesya, dll tahun 2025 dalam jurnalnya perempuan di Indonesia masih mengalami kesenjangan akses dan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk aktivitas produktif (Rahmawati, Muktiyanto, and Rahayu 2025). Kondisi ini semakin mencolok di daerah semi-urban dan rural, di mana infrastruktur digital tersedia namun belum dimanfaatkan secara optimal. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa meskipun penetrasi internet telah mencapai 77,02% pada tahun 2023, namun pemanfaatannya untuk kegiatan produktif dan ekonomi di kalangan perempuan masih di bawah 30% bersumber dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak tahun 2023 (Aji 2023). Faktor-faktor seperti rendahnya literasi digital, terbatasnya pelatihan keterampilan, serta norma sosial yang membatasi peran perempuan turut memperparah kesenjangan ini (Dianah et al. 2024). Selain itu, kurangnya dukungan dari lingkungan sekitar, termasuk keluarga dan komunitas, membuat perempuan ragu untuk memanfaatkan teknologi secara aktif (Agustina, Hakim, and Irfan 2025). Oleh karena itu, diperlukan intervensi yang lebih terstruktur dari pemerintah dan lembaga terkait untuk mendorong pemberdayaan digital yang inklusif bagi perempuan, khususnya di wilayah yang belum berkembang secara merata.

Konten digital memiliki potensi pendapatan yang signifikan, dengan rata-rata kreator konten pemula dapat menghasilkan Rp 1-5 juta per bulan, bahkan dari lokasi yang jauh dari pusat ekonomi (Simamora and Ningsih 2020). Studi tersebut juga menegaskan bahwa produksi konten digital berbasis kearifan lokal memiliki nilai pasar yang tinggi di era globalisasi, di mana keunikan dan autentisitas menjadi keunggulan kompetitif. Sementara itu, organisasi PKK sebagai salah satu tulang punggung pemberdayaan perempuan di tingkat akar rumput memiliki posisi strategis dalam menjembatani kesenjangan digital. Cinantya, dkk tahun 2024 dalam "Revitalisasi Peran PKK di Era Digital" menyoroti pentingnya transformasi organisasi PKK menjadi wadah transfer pengetahuan dan keterampilan digital untuk meningkatkan resiliensi ekonomi keluarga (Paramita et al. 2024). Kajian oleh Isnawati, dkk tahun 2023 terkait implementasi program literasi digital untuk ibu rumah tangga menemukan bahwa pendekatan pelatihan yang kontekstual dan berorientasi hasil (*outcome-based*) menghasilkan tingkat adopsi teknologi 57% lebih tinggi dibandingkan pendekatan konvensional (Lestari, Fibriyani, and Zulfarosda 2023).

Salah satu kelompok ibu-ibu PKK yang membutuhkan pelatihan digitalisasi adalah kelompok ibu-ibu PKK Mbangmalang Cepit. Kelompok PKK ini terdiri dari ibu-ibu rumah tangga yang mayoritas memiliki latar belakang pendidikan menengah dan waktu luang yang fleksibel. Mereka memiliki tingkat kepemilikan *smartphone* yang cukup tinggi, namun belum dimanfaatkan secara maksimal untuk kegiatan produktif. Permasalahan utama yang dihadapi adalah minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan konten kreatif digital serta kurangnya pemahaman mengenai strategi pemasaran digital dan monetisasi konten. Meski demikian, mitra memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis rumah tangga, terutama karena kreativitas yang dimiliki dan tersedianya infrastruktur digital dasar. Melalui pelatihan yang terstruktur dan kontekstual, kelompok ini diharapkan mampu mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana ekspresi dan peningkatan ekonomi keluarga.

Program pelatihan digitalisasi pembuatan konten kreatif untuk Ibu-ibu PKK Mbangmalang Cepit dirancang sebagai solusi untuk memfasilitasi transfer pengetahuan dan keterampilan digital yang dapat menjadi wadah ekspresi sekaligus peluang peningkatan ekonomi keluarga. Dalam konteks Mbangmalang Cepit, pelatihan digitalisasi pembuatan konten kreatif tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer keterampilan teknis, tetapi juga sebagai katalisator transformasi sosial-ekonomi. Menurut Lak lak dkk tahun 2025, pendekatan pemberdayaan digital yang integratif menggabungkan aspek teknis, kreativitas, dan kewirausahaan berpotensi menciptakan dampak ganda yaitu peningkatan kapasitas individu dan penguatan ekonomi komunitas (Hasanah, Dassucik, and Farida 2025). Hal ini sejalan dengan arah kebijakan ekonomi digital nasional yang menargetkan peningkatan kontribusi ekonomi digital setidaknya mencapai 18% dari PDB pada tahun 2025 (Limanseto 2024).

**Metode**

Metode yang digunakan dalam pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pendampingan PAR. Metode *Participatory Action Research* (PAR) adalah pendekatan penelitian yang melibatkan partisipasi aktif dari komunitas atau kelompok yang diteliti (Citradika, Murty, and Satrio 2023). Pendekatan ini sering digunakan dalam pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena memungkinkan pelaku usaha untuk secara langsung terlibat dalam proses perbaikan dan pengembangan bisnis mereka.

Metode yang digunakan yaitu dengan ceramah dan diskusi dengan penyampaian materi mengenai optimalisasi digital marketing dalam memasarkan produk yang dijual oleh UMKM, dengan pola metode PAR ini dilakukan melalui lima tahap rencana kerja yang diterapkan (Debi Yandrizal, Martin Kustati 2023).

- a. Pertama tahap to know (penjajagan kebutuhan UMKM), hal ini dilakukan dengan model pertemuan oleh pelaku UMKM untuk dapat mengetahui permasalahan atau yang sedang terjadi dalam UMKM, sehingga dapat dipertimbangkan dengan solusi yang dianggap lebih tepat.
- b. Kedua tahap to understand (untuk mengerti), tahap ini dilakukan dengan sosialisasi kegiatan yang bertujuan untuk memberi informasi kepada pelaku UMKM terkait pengabdian masyarakat yang akan dijalankan dan memberikan pemahaman terkait latar belakang dari kegiatan serta tujuan kegiatan.
- c. Tahap ketiga planning (perencanaan), pada tahap ini dilakukan dengan menentukan tujuan atau target dalam meningkatkan pemasaran melalui digital marketing melalui serta melakukan promosi di dalam media sosial tersebut.
- d. Tahap keempat to action (aksi), hal ini dilakukan dengan pelaksanaan pelatihan pemanfaatan digital marketing oleh UMKM. Pelatihan digital marketing merupakan sebuah usaha dalam pemanfaatan perangkat internet melalui media sosial dalam memasarkan produk.
- e. Tahap kelima change kegiatan guna memberikan solusi dan tahap perubahan terhadap lingkungan tersebut, yang bersifat mengajak untuk melakukan sesuatu yang lebih baik lagi.

**Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan pengabdian masyarakat diikuti oleh 39 orang ibu-ibu PKK Mbangmalang Cepit dengan rata-rata usia peserta 35-50 tahun yang masih merupakan usia produktif. Kelompok PKK ibu-ibu Mbangmalang Cepit sebenarnya memiliki potensi yang sangat baik dalam melakukan digital marketing karenanya memiliki perangkat *smartphone*. Namun sayangnya, penggunaannya masih terbatas untuk keperluan dasar seperti komunikasi atau hiburan. Belum banyak yang memanfaatkannya sebagai alat bantu untuk kegiatan produktif seperti promosi usaha, penjualan online, atau pengelolaan informasi digital. Selain itu, ibu-ibu PKK Mbangmalang Cepit belum memiliki pemahaman yang memadai terkait teknik dasar pembuatan konten digital seperti foto atau video, baik dari sisi teknis maupun kreatif. Hal ini menyebabkan potensi mereka dalam mengekspresikan diri dan mempromosikan produk lokal melalui media digital belum tergalai secara optimal. Ibu-ibu PKK juga belum memahami bagaimana konten kreatif dapat dimonetisasi atau dimanfaatkan untuk mendukung peningkatan ekonomi keluarga. Ketidaktahuan mengenai strategi digital marketing, personal branding, dan peluang ekonomi di platform digital menjadi hambatan dalam memulai atau mengembangkan usaha berbasis rumah tangga.

Oleh karena itu melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, ibu-ibu PKK diberikan literasi digital mengenai pemanfaatan *smartphone* secara produktif. Literasi ini mencakup pelatihan dasar penggunaan *smartphone* secara optimal, seperti pemanfaatan fitur-fitur aplikasi produktivitas seperti WhatsApp Business, Google Drive, dan media sosial untuk keperluan usaha. Materi pelatihan difokuskan pada penggunaan praktis yang relevan dengan aktivitas keseharian mereka, agar *smartphone* tidak hanya menjadi alat hiburan, tetapi juga media pendukung ekonomi keluarga. Selain itu ibu-ibu juga diberikan sesi pelatihan teknis tentang cara mengambil gambar dan video dengan kualitas baik menggunakan *smartphone*, serta pengenalan aplikasi penyuntingan sederhana seperti Canva, CapCut, dan InShot. Pelatihan ini bertujuan membekali ibu-ibu PKK dengan keterampilan membuat konten menarik untuk promosi produk rumah tangga, kuliner, kerajinan, atau kegiatan komunitas, sekaligus menjadi media ekspresi diri. Terakhir, ibu-ibu diperkenalkan dengan konsep dasar ekonomi digital, termasuk personal branding, penulisan caption yang menarik, penggunaan hashtag yang efektif, serta waktu unggah yang tepat. Selain itu, pelatihan juga mencakup cara memanfaatkan platform seperti Instagram, TikTok, dan marketplace untuk

menjual produk atau jasa, serta peluang monetisasi melalui endorsement, affiliate marketing, dan kolaborasi digital. Pendampingan intensif akan diberikan untuk mendampingi langkah awal implementasi secara nyata.



**Gambar 1.** Suasana kegiatan pelatihan

Secara umum, pelatihan digitalisasi pembuatan konten kreatif bagi ibu-ibu PKK Mbangmalang Cepit berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Peserta diberikan kuesioner di akhir acara untuk mengevaluasi kebermanfaatan program pelatihan ini.



**Gambar 2** Persepsi peserta terhadap peningkatan wawasan

Berdasarkan hasil kuesioner, sebagaimana yang ditunjukkan dalam grafik di atas, sekitar 74% peserta menyatakan setuju apabila kegiatan ini telah menambah wawasan mereka. Sisanya sekitar 23% menyatakan sangat setuju bahwa pelatihan ini telah membuka wawasan mereka seputar pemanfaatan piranti digital sebagai sarana pemasaran.



**Gambar 3** Persepsi peserta terhadap peningkatan ketrampilan

Sebagaimana persepsi peserta terhadap meningkatnya wawasan mereka setelah pelatihan, berdasarkan grafik di atas juga dapat dilihat bahwa sekitar 74% peserta setuju bahwa ketrampilan mereka meningkat. Sebanyak 23% lainnya menyatakan sangat setuju bahwa pelatihan ini telah meningkatkan ketrampilan mereka dalam menggunakan perangkat *smartphone*.



**Gambar 4** Persepsi peserta terhadap manfaat pelatihan

Berdasarkan persepsi peserta terdapat manfaat pelatihan, sekitar 82% peserta menyatakan bahwa kegiatan ini memberikan solusi terhadap permasalahan mereka. Sekitar 8% sisanya menyatakan bahwa mereka sangat setuju bahwa pemanfaatan piranti *smartphone* yang produktif sebagai sarana digital marketing merupakan solusi bagi permasalahan mereka.

### Kesimpulan

Kegiatan Pelatihan Digitalisasi Pembuatan Konten Kreatif Sebagai Wadah Ekspresi Dan Peningkatan Ekonomi Keluarga PKK Mbangmalang Cepit telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Dengan membekali ibu-ibu PKK dengan pengetahuan dasar mengenai digital marketing serta pelatihan menggunakan WhatsApp Business, CapCut, InShot dan Canva, kini ibu-ibu PKK Mbangmalang Cepit tidak hanya memahami pentingnya digital marketing tetapi juga mampu menciptakan video atau gambar yang menarik untuk memasarkan produk mereka. Pelatihan ini telah memberikan dampak yang positif kepada ibu-ibu PKK dalam pemanfaatan piranti *smartphone*. Kini *smartphone* tidak hanya bisa mereka gunakan untuk keperluan komunikasi tetapi juga untuk menunjang kreatifitas dan ekonomi rumah tangga.

### Daftar Pustaka

- Agustina, Ratna, Yusuf Rachman Al Hakim, and Mochamad Irfan. 2025. "Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Ibu PKK Desa Watesprojo, Kemplagi, Mojokerto." : 1–23.
- Aji. 2023. "Survei APJII Pengguna Internet Di Indonesia Tembus 215 Juta Orang." *apjii*.
- Bakrie, RM Rionaldi et al. 2024. "Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 16(2): 82–88.
- Citradika, Didha Putri, Daru Anggara Murty, and Danang Satrio. 2023. "Optimalisasi Digital Marketing Dalam Mendukung Komunitas Toko Bahasa." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi* 2(1): 33–38.
- Debi Yandrizal, Martin Kustati, Gusmirawati. 2023. "Pendampingan Pendidikan Karakter Anak Melalui Kegiatan Mahardika Mengajar Di Nagari Sariak Alahan Tigo Kabupaten Solok." *Jurnal Gembira Pengabdian kepada masyarakat* 1(6): 168.
- Dianah, LiLi et al. 2024. "Keterampilan Digital Masyarakat Desa Sindangsuka Garut." *Badranaya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2(01): 14–22.
- Hasanah, Nazhat El, Dassucik, and Ida Farida. 2025. *PENGANTAR EKONOMI PEMBANGUNAN: STRATEGI MENUJU NEGARA BERKEMBANG*. Surakarta: CV. Tahta Media Group.
- Lestari, Isnawati Lujeng, Vita Fibriyani, and Ratna Zulfarosda. 2023. "Menumbuhkan Literasi Digital Pada Kalangan Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Panggungrejo." *JMM - Jurnal Masyarakat Merdeka* 6(1): 72.
- Limanseto, Haryo. 2024. "Menko Airlangga: Digitalisasi Jadi Kunci Percepat Pembangunan Perekonomian Nasional." *EKON*.
- Paramita, Cinantya, Amalia Amalia, Catur Supriyanto, and Purwanto Purwanto. 2024. "Pelatihan Digital Marketing Bagi Ibu-Ibu PKK Sebagai Upaya Mendukung Pertumbuhan Womenpreneur." *Abdimasku : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 7(2): 645.
- Rahmawati, Nesya Kartika, Ali Muktiyanto, and Heffi Christya Rahayu. 2025. "Pengaruh Transformasi Digital Dalam Peningkatan Pendapatan UMKM Perempuan Di Jabodetabek." 6(1): 70–87.
- Simamora, Caterin Magdalena, and Rahayu Ningsih. 2020. "Inklusivitas Ekonomi Digital Di Indonesia: Perspektif Gender Dan Penciptaan Lapangan Kerja." *Cendekia Niaga* 4(2): 39–53.