

Pelatihan Konten Digital Partisipatif sebagai Upaya Promosi Budaya melalui Tiktok di Desa Kreatif Pereng, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah

Deny Tri Ardianto¹, Desy Nurcahyanti², Agus Purwantoro³, Rahmanu Widayat⁴, Bambang Sulistyono⁵, Febi Rahma Putri⁶, Siroj Ibnu Hajar Al Anshori^{*7}, Norhayati Ayob⁸

^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

⁸ Arts and Heritage, Faculty of Humanities, Universiti Malaysia Sabah, Malaysia

*e-mail: sirojalanshori@student.uns.ac.id⁷

Abstrak

Masyarakat Desa Pereng menghadapi keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan media digital secara optimal untuk mempublikasikan kekayaan seni dan budaya lokal, sehingga potensi desa belum terekspos secara luas di ranah digital. Kegiatan ini bertujuan membekali masyarakat dengan kemampuan dasar pembuatan dan penyuntingan video, strategi distribusi konten, serta pemahaman tren digital yang mendukung publikasi seni budaya secara lebih luas. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis pelatihan dan praktik langsung, diawali dengan sosialisasi mengenai pentingnya publikasi digital. Rangkaian kegiatan mencakup pelatihan teknis mulai dari perencanaan konten, teknik pengambilan gambar, penyuntingan video menggunakan TikTok dan aplikasi pengeditan video, hingga strategi distribusi dan optimasi algoritma. Pelatihan diikuti oleh 25 peserta yang terdiri dari perwakilan masyarakat, pelaku seni, dan pengelola desa kreatif. Pendampingan pembuatan konten difokuskan pada penguatan citra seni, budaya, dan lingkungan desa, disertai evaluasi efektivitas melalui analisis keterlibatan audiens di media sosial. Dampak terhadap mitra melalui kegiatan ini adalah meningkatnya keterampilan digital masyarakat, tersedianya konten promosi yang konsisten, serta meningkatnya eksposur dan daya tarik Desa Pereng di platform digital. Dampak jangka panjang meliputi penguatan ekonomi kreatif desa dan pengokohan identitas budaya lokal dalam menghadapi tantangan era digital.

Kata Kunci: Desa Kreatif, Media Sosial, Potensi, Seni dan Budaya, Tiktok

Abstract

The people of Pereng Village face limited ability to optimally utilize digital media to publicize the wealth of local art and culture, so that the potential of the village has not been widely exposed in the digital realm. This activity aims to equip the public with basic video creation and editing skills, content distribution strategies, and understanding digital trends that support cultural arts publications more broadly. The implementation method uses a participatory approach based on training and hands-on practice, starting with socialization about the importance of digital publications. The series of activities includes technical training ranging from content planning, shooting techniques, video editing using TikTok and video editing apps, to distribution strategies and algorithm optimization. The training was attended by 25 participants consisting of community representatives, art actors, and creative village managers. Content creation assistance is focused on strengthening the image of art, culture, and the village environment, accompanied by an evaluation of effectiveness through the analysis of audience engagement on social media. The impact on partners through this activity is the increase in people's digital skills, the availability of consistent promotional content, and the increased exposure and attractiveness of Pereng Village on digital platforms. Long-term impacts include strengthening the village's creative economy and strengthening local cultural identity in facing the challenges of the digital era.

Keywords: Art And Culture, Creative Village, Potential, Social Media, Tiktok

1. PENDAHULUAN

Masyarakat Desa Pereng, Kecamatan Mojogedang, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah, menghadapi keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan seni dan budaya lokal. Hambatan ini mengakibatkan potensi budaya yang dimiliki belum terekspos secara optimal di ranah digital, sehingga peluang pengembangan ekonomi kreatif desa menjadi terbatas. Berdasarkan data pemerintah desa, jumlah penduduk

Desa Pereng mencapai dengan komposisi penduduk yang didominasi oleh usia produktif. Sebagian besar bekerja di sektor pertanian, kerajinan tangan, dan kesenian tradisional, dengan tingkat pemanfaatan media sosial yang masih rendah untuk tujuan promosi budaya. Potensi budaya desa meliputi pertunjukan Reog Dor, kesenian Karawitan, kerajinan lokal, dan kegiatan seni berbasis alam yang memiliki nilai estetika, kearifan lokal, serta peluang ekonomi kreatif yang besar.

Seni budaya desa merupakan warisan lokal yang menjadi identitas komunitas sekaligus mengandung nilai estetika, kearifan masyarakat, dan potensi ekonomi kreatif, namun sering kali terabaikan dan kurang dipromosikan di era digital (Zamruddin et al., 2023). Potensi suatu desa yang dikelola dengan strategi tepat mampu memberikan manfaat ekonomi dan sosial signifikan, terutama dalam konteks pembangunan berkelanjutan yang menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan (Rohmah & Ahwan, 2024). Pemanfaatan sumber daya alam yang bijak, didukung inovasi teknologi dan kebijakan inklusif, dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui sektor pertanian, pariwisata berbasis masyarakat, serta industri kreatif (Triono, 2025).

Kondisi Desa Pereng sejalan dengan temuan nasional terkait rendahnya literasi digital di wilayah perdesaan. Berdasarkan laporan Indonesia Digital Literacy Index, tingkat literasi digital di desa masih tertinggal dibandingkan kota, khususnya dalam pemanfaatan media sosial untuk promosi usaha dan budaya. Rendahnya keterampilan produksi konten kreatif menyebabkan potensi budaya sulit bersaing di platform digital yang kini menjadi arena utama promosi wisata dan ekonomi kreatif. Hal ini memperkuat urgensi perlunya pelatihan keterampilan digital yang spesifik dan berbasis pada kebutuhan lokal.

Pengembangan desa berbasis kreativitas menjadi salah satu strategi utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus memperkuat daya saing wilayah di era ekonomi digital. Konsep Desa Kreatif memadukan potensi lokal dengan pemanfaatan teknologi dan inovasi untuk menciptakan nilai tambah ekonomi, sosial, dan budaya (Rahmat et al., 2023). Desa Kreatif penghasil produk ekonomi kreatif berperan sebagai pusat pelestarian budaya, pengembangan komunitas, dan promosi identitas lokal ke tingkat nasional bahkan global.

Pemanfaatan teknologi digital, khususnya media sosial, menjadi faktor penting dalam pengembangan Desa Kreatif. Media sosial berfungsi sebagai sarana promosi, komunikasi, dan distribusi informasi yang mampu menjangkau audiens luas tanpa batas geografis (Anzani et al., 2024). TikTok, sebagai salah satu platform media sosial berbasis video pendek dengan pertumbuhan pengguna yang pesat, menawarkan sistem distribusi berbasis algoritma yang memprioritaskan keterlibatan audiens dibanding jumlah pengikut. Algoritma TikTok dikenal memiliki karakteristik yang inovatif dan khas dalam penyajian konten yang relevan sekaligus menarik bagi penggunanya (Susanto et al., 2023). Karakteristik ini memberikan peluang besar bagi desa untuk mempromosikan seni dan budaya lokal secara cepat, masif, dan dengan biaya rendah.

Alasan pemilihan TikTok dibandingkan platform lain seperti Instagram atau YouTube terletak pada kemampuannya menampilkan konten kepada pengguna baru tanpa bergantung pada jaringan pengikut yang sudah ada. Format video pendek yang memanfaatkan musik, tren, dan efek visual membuat TikTok sangat efektif menjangkau audiens lintas generasi, khususnya generasi muda yang mendominasi pengguna internet di Indonesia (Panayitsa & Falah, 2025). Selain itu, mekanisme *For You Page* (FYP) TikTok memungkinkan kreator konten dari desa untuk bersaing di level global dengan peluang yang sama seperti kreator dari kota besar (Zhang & Liu, 2021).

Sejumlah studi terdahulu mendukung efektivitas TikTok dalam promosi budaya. Konten kreatif yang memadukan unsur edukasi, hiburan, dan visual estetis terbukti meningkatkan kesadaran publik terhadap atraksi lokal (Sukmawati & Anggalih, 2024). Studi pada Edu Wisata Lontar Sewu menunjukkan bahwa TikTok mampu memperluas visibilitas destinasi edukatif dan merangsang minat kunjungan, terutama di kalangan generasi muda (Putri & Winata, 2025). Penelitian mengenai digitalisasi karawitan di Kelurahan Betet menemukan bahwa TikTok dapat menjadi jembatan penghubung generasi muda dengan warisan budaya gamelan (Zakiyatuzzulfa et al., 2025).

Penguatan kapasitas masyarakat Desa Pereng dalam memanfaatkan TikTok menjadi kebutuhan mendesak agar potensi seni dan budaya dapat dipublikasikan secara optimal. Strategi pengemasan konten yang menggabungkan visual menarik, narasi budaya, dan teknik *storytelling* kreatif merupakan kunci dalam membangun daya saing desa di ranah digital (Maksun et al., 2025). Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan keterampilan digital warga Desa Pereng melalui pelatihan konten digital partisipatif berbasis TikTok, sehingga publikasi seni dan budaya lokal dapat menjangkau audiens yang lebih luas, memperkuat identitas desa, serta mendorong pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada tanggal 5 Juni 2025 di Balai Desa Pereng, Kecamatan Mojogedang, Kabupaten Karanganyar. Pemilihan lokasi didasarkan pada potensi Desa Pereng sebagai salah satu desa kreatif yang memiliki komunitas seni aktif, tradisi budaya yang kuat, serta peran masyarakat yang antusias terhadap pengembangan media digital untuk promosi lokal. Jumlah peserta sebanyak 25 orang yang terdiri atas perwakilan masyarakat umum, pelaku seni tradisi, serta pengelola desa kreatif. Keterlibatan ketiga unsur tersebut dipandang strategis karena mereka berfungsi sebagai agen kultural sekaligus motor penggerak promosi budaya di tingkat desa.

Metode kegiatan dirancang dengan pendekatan partisipatif, yang menggabungkan pelatihan, praktik langsung, pendampingan, distribusi konten, dan evaluasi dalam satu rangkaian program. Peserta tidak hanya memperoleh materi secara teoritis, melainkan juga langsung mempraktikkannya sehingga pengetahuan yang diberikan dapat segera diinternalisasi. Pendekatan partisipatif dipilih agar proses pembelajaran lebih kontekstual, selaras dengan pengalaman budaya masyarakat, dan berorientasi pada keberlanjutan. Berikut adalah tahap dalam pengabdian:

- Sosialisasi dan Pengantar: Pemaparan mengenai peran media sosial dalam promosi budaya lokal sekaligus pemetaan kebutuhan peserta.
- Pelatihan Teknis: Pengenalan dasar-dasar pengambilan gambar menggunakan ponsel, penyuntingan video dengan aplikasi CapCut/TikTok, serta penyusunan narasi kreatif.
- Produksi Konten: Praktik langsung pembuatan video tentang seni dan potensi lokal Desa Pereng dengan pendampingan tim pelaksana.
- Distribusi dan Analitik: Pengenalan strategi distribusi konten, pemanfaatan tren digital, dan pembacaan metrik TikTok untuk mengukur performa unggahan.
- Evaluasi: Observasi, kuesioner, dan wawancara singkat digunakan untuk menilai peningkatan keterampilan peserta. Indikator evaluasi mencakup kemampuan teknis, kreativitas, dan pemahaman strategi distribusi.

Komitmen terhadap keberlanjutan program menjadi bagian yang penting. Oleh karena itu, setelah kegiatan selesai, peserta tetap didampingi melalui forum daring, grup diskusi, atau media komunikasi lain yang memungkinkan peserta untuk saling berbagi pengalaman, bertukar ide, serta mendapatkan konsultasi dari tim pengabdian. Dengan pendekatan ini, diharapkan masyarakat Desa Pereng dapat terus memproduksi konten secara mandiri dan berkelanjutan dalam mendukung promosi budaya lokal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan produksi konten media sosial TikTok di Desa Kreatif Pereng merupakan salah satu bentuk inovasi dalam mendukung promosi seni dan budaya lokal di era digital yang dilaksanakan secara sistematis dengan pendekatan partisipatif yang melibatkan masyarakat, komunitas seni, perangkat desa, dan Karang Taruna. Setiap tahapan disusun secara bertahap untuk memastikan proses transfer pengetahuan berjalan efektif, berkelanjutan, dan sesuai dengan kebutuhan mitra.

Program ini dilaksanakan sebagai respons terhadap rendahnya pemanfaatan media sosial oleh masyarakat desa dalam mempublikasikan potensi seni dan budaya mereka. Tim PKM HGR pada Gambar 1 menjelaskan mengenai potensi yang ada di Desa Pereng. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, masyarakat Desa Pereng memiliki kekayaan seni budaya yang sangat potensial, seperti pertunjukan Reog, karawitan, seni tari, dan berbagai kerajinan lokal. Namun, kurangnya keterampilan dalam produksi konten digital menjadi hambatan utama dalam upaya memperkenalkan budaya lokal ke audiens yang lebih luas.



Gambar 1. Pemaparan Materi Tentang Potensi Desa Pereng
[Sumber Gambar: PKM HGR-SR, 2025]

Optimalisasi Media Sosial TikTok sebagai Sarana Publikasi Aktivitas Seni Budaya di Desa Kreatif Pereng telah berjalan dengan lancar dan memperoleh respons yang sangat positif dari para peserta. Kegiatan ini menjadi salah satu bentuk upaya nyata dalam meningkatkan kapasitas literasi digital masyarakat, khususnya dalam konteks promosi seni dan budaya lokal melalui media sosial. Kegiatan berfokus pada pengenalan media sosial sebagai alat publikasi yang memberikan pemahaman strategi produksi konten yang efektif, menarik, dan relevan dengan karakteristik platform TikTok.

Secara umum, materi sosialisasi yang disampaikan meliputi beberapa aspek utama, yakni teknik pengambilan video, penyuntingan video, penyusunan narasi digital melalui hook dan *call to action* (CTA), serta strategi pemanfaatan algoritma TikTok untuk meningkatkan jangkauan konten hingga mencapai *For You Page* (FYP). Peserta diberikan pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya aspek teknis dalam pembuatan konten, termasuk bagaimana membedakan antara teknik pengambilan video yang tepat dan kesalahan umum yang sering terjadi. Di tahap ini dilakukan asesmen awal untuk mengidentifikasi tingkat pengetahuan dan keterampilan peserta terkait penggunaan media sosial dan produksi konten. Asesmen ini penting untuk menyesuaikan metode pengajaran dan materi yang akan diberikan. Selain itu, tim melakukan pemetaan potensi budaya desa yang akan dijadikan bahan utama dalam pembuatan konten, seperti pertunjukan Reog, seni karawitan, kerajinan lokal, hingga aktivitas tradisi masyarakat.



Gambar 2. Pemaparan Materi Tentang Pengambilan Gambar
[Sumber Gambar: PKM HGR-SR, 2025]

Pada sesi praktik pengambilan video dengan perangkat sederhana seperti ponsel. Gambar 2 memperlihatkan proses pemaparan materi pengambilan gambar yang menjadi bagian penting dalam sesi pelatihan. Peserta dibimbing secara langsung untuk memahami komposisi gambar (*rule of third*, simetri, *leading lines*), pencahayaan yang efektif, stabilitas video, angle

yang sesuai untuk menampilkan seni pertunjukan, serta teknik transisi sederhana untuk membuat video lebih dinamis. Pemahaman terhadap aspek teknis ini menjadi sangat penting, mengingat kualitas visual merupakan salah satu faktor penentu dalam menarik perhatian audiens di media sosial. Selain itu, peserta juga diajarkan bagaimana mengoptimalkan penggunaan perangkat sederhana seperti kamera ponsel, yang pada dasarnya sudah memiliki kapabilitas cukup baik untuk produksi konten digital jika digunakan secara tepat.

Materi mengenai penyuntingan video juga menjadi bagian yang sangat esensial dalam kegiatan ini. Peserta diajarkan bagaimana memanfaatkan aplikasi penyuntingan video berbasis ponsel yang mudah diakses, seperti CapCut dan TikTok. Proses penyuntingan berfokus pada aspek teknis seperti pemotongan gambar, penyesuaian warna, atau penambahan efek suara, dan pentingnya penyusunan narasi visual yang efektif. Penyampaian pesan melalui video menjadi lebih kuat apabila didukung oleh alur cerita yang runtut, penggunaan teks yang informatif, serta pemilihan musik latar yang sesuai dengan suasana konten.

Selanjutnya, pemahaman mengenai konsep *hook* dan *call to action* (CTA) juga menjadi salah satu kunci utama dalam *workshop* ini. Materi ini bertujuan untuk membantu peserta dalam merancang konten yang mampu menarik perhatian sejak detik pertama video diputar. *Hook* berfungsi sebagai daya pikat awal yang membuat audiens tertarik untuk menonton hingga akhir, sedangkan *call to action* (CTA) berfungsi untuk mendorong tindakan dari audiens, seperti memberikan komentar, membagikan konten, mengikuti akun, atau bahkan terlibat dalam kegiatan promosi budaya yang diangkat. Peserta diberi pemahaman tentang pentingnya *storytelling* dalam konten TikTok. Ini mencakup teknik membuat *hook* yang kuat pada 3–5 detik pertama video, menyusun alur cerita yang menarik, hingga menyisipkan *call to action* (CTA) yang mengajak audiens untuk berinteraksi, membagikan, atau mengikuti akun mereka. Strategi ini menjadi sangat relevan dalam konteks algoritma TikTok, di mana tingkat keterlibatan pengguna menjadi salah satu indikator utama dalam mendistribusikan konten ke lebih banyak pengguna.

Aspek penting dalam kegiatan ini adalah penyampaian materi mengenai strategi distribusi konten di TikTok. Tim pelaksana menjelaskan mekanisme dasar algoritma dan faktor-faktor yang memengaruhi peluang konten seni budaya untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Penjelasan diberikan secara aplikatif melalui contoh-contoh konten yang relevan, disertai arahan praktis mengenai waktu unggah, penggunaan hashtag, serta strategi interaksi dengan audiens. Penyampaian materi ini diarahkan agar peserta dapat memahami logika kerja platform digital sekaligus mengaitkannya dengan praktik pembuatan video selama *workshop*. Dengan demikian, pembahasan algoritma tidak berhenti pada teori, tetapi langsung terintegrasi dengan kegiatan pengabdian yang mendukung peningkatan keterampilan masyarakat dalam mempromosikan seni dan budaya lokal.

Sebelum kegiatan dilaksanakan, masyarakat Desa Pereng belum memiliki keterampilan dalam merancang konten visual, melakukan pengambilan gambar yang terstruktur, maupun menyunting video dengan aplikasi digital. Aktivitas mereka di media sosial lebih banyak terbatas pada konsumsi pasif tanpa strategi untuk mempublikasikan potensi desa. Setelah kegiatan berlangsung, peserta mampu memahami langkah-langkah dasar mulai dari perencanaan ide, perekaman video sederhana, hingga penyuntingan menggunakan aplikasi populer yang mudah diakses. Perubahan ini menunjukkan adanya peningkatan keterampilan praktis yang dapat menjadi bekal awal dalam mengembangkan publikasi seni dan budaya lokal.



Gambar 3. Partisipasi Warga dalam Membuat Video
[Sumber Gambar: PKM HGR-SR, 2025]

Kegiatan *workshop* yang diikuti 25 peserta menghasilkan capaian keterampilan dasar yang baik. Seluruh peserta berhasil mengikuti proses pembuatan video mulai dari pengambilan gambar hingga penyuntingan sederhana dengan baik, meskipun pada tingkat pemula. Keberhasilan ini menjadi indikator bahwa metode partisipatif melalui praktik langsung efektif dalam membangun kemampuan digital masyarakat. Data ini juga memperlihatkan bahwa pelatihan memiliki dampak nyata dalam meningkatkan kapasitas komunitas secara kolektif, sekaligus menjadi landasan untuk program lanjutan yang lebih mendalam. Peningkatan ini berdampak pada individu peserta dan membawa pengaruh positif terhadap komunitas secara lebih luas. Hal ini terlihat dari antusiasme peserta dalam merancang ide konten yang berfokus pada pengenalan seni, budaya, tradisi, dan potensi lokal Desa Pereng.

Pengabdian sejenis pernah dilakukan melalui *workshop* pengelolaan konten digital di Desa Wonokitri yang berfokus pada penguatan *branding* desa melalui media sosial (Yascya & Widyowati, 2024). Perbedaan substansi dengan *workshop* di Desa Pereng terletak pada fokus utama yang dikembangkan. Pelatihan di Desa Pereng lebih menitikberatkan pada pemanfaatan video pendek berbasis TikTok sebagai sarana publikasi seni dan budaya lokal, dengan tujuan agar potensi desa dapat lebih cepat dikenal melalui tren digital yang sedang digemari masyarakat luas. Fokus ini diarahkan pada produksi konten visual yang singkat, menarik, dan mudah didistribusikan sehingga mampu menjangkau audiens dalam skala yang lebih luas. Sementara itu, kegiatan di Desa Wonokitri cenderung menekankan pada strategi *branding* desa secara umum. Perbandingan ini memperlihatkan bahwa capaian kegiatan di Desa Pereng memiliki kekhasan pada pemilihan medium yang lebih spesifik dan relevan dengan pola konsumsi media digital masa kini, sekaligus memberikan pembelajaran bahwa setiap desa dapat mengadaptasi strategi literasi digital sesuai karakteristik masyarakat dan potensi budaya yang dimiliki.

Kegiatan ini mendorong transformasi pola pikir masyarakat dari sekadar konsumen media menjadi produsen konten yang aktif. Masyarakat mulai menyadari bahwa media sosial, khususnya TikTok, dapat menjadi media yang efektif untuk promosi budaya, edukasi, serta pengembangan ekonomi kreatif. Berkembangnya kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan media sosial, diharapkan Desa Pereng dapat membangun identitas digital yang kuat, memperluas jangkauan promosi budaya, serta meningkatkan daya saing desa di tingkat regional, nasional, bahkan internasional.

Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini berdampak pada peningkatan keterampilan teknis dalam produksi konten. Keterampilan tersebut dapat menjadi kontribusi nyata terhadap pelestarian dan penguatan identitas budaya lokal. Keberhasilan *workshop* ini menunjukkan bahwa literasi digital berbasis komunitas dapat menjadi strategi awal yang efektif dalam mendorong pemberdayaan masyarakat desa kreatif. Dampak terhadap mitra terlihat dari meningkatnya pemahaman mereka mengenai cara memanfaatkan media digital untuk memperkenalkan seni dan tradisi lokal. Meskipun konten yang diproduksi belum sepenuhnya diterapkan dan diuji di ranah digital, peserta menunjukkan kesiapan serta antusiasme yang mengarah pada peningkatan eksposur dan partisipasi budaya lokal di masa mendatang.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Optimalisasi Sosial Media TikTok sebagai Sarana Publikasi Aktivitas Seni Budaya di Desa Kreatif Pereng berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat dalam produksi konten digital. Sebanyak 25 peserta yang terdiri dari pelaku seni, pengelola desa, dan perwakilan masyarakat mampu mengikuti *workshop* dengan baik, mulai dari tahap perencanaan konten, pengambilan gambar, hingga penyuntingan video. Hasil utama kegiatan menunjukkan peningkatan kapasitas peserta dalam memanfaatkan TikTok untuk publikasi seni budaya lokal, yang dibuktikan dengan keterlibatan aktif selama sesi praktik serta keberhasilan menghasilkan video bertema budaya desa. Kegiatan ini dinilai efektif berdasarkan partisipasi penuh peserta dan keberhasilan mereka menyelesaikan tugas praktik. Dampak nyata yang diperoleh adalah

meningkatnya literasi digital masyarakat Desa Pereng serta terbentuknya kesadaran pentingnya promosi seni budaya melalui media sosial.

Untuk mendukung keberlanjutan, direkomendasikan agar pemerintah desa dan komunitas melanjutkan program pelatihan dengan fokus pada strategi distribusi konten, manajemen media digital, dan pendampingan daring melalui forum komunikasi agar kualitas promosi budaya desa dapat terjaga secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Sebelas Maret (UNS) melalui LPPM UNS, yang telah mendanai kegiatan pengabdian melalui Skim Pengabdian Kepada Masyarakat Hibah Grup Riset (PKM HGR), dengan nomor kontrak: 370/UN27.22/PT.01.03/2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Anzani, S., Sabrina, C., & Harahap, H. S. (2024). Media Sosial Sebagai Sarana Publikasi dan Promosi Kemanusiaan di Era Digital. *Arini: Jurnal Ilmiah Dan Karya Inovasi Guru*, 1(2), 115–127. <https://doi.org/10.71153/arini.v1i2.185>
- Maksun, T., Saepudin, A., & Sumarno. (2025). Optimalisasi Konten Promosi Digital melalui Inovasi Sederhana untuk Peningkatan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Komunitas Alisa Khadijah ICMi Ranting Tambun Selatan). *Jurnal Visi Manajemen*, 11(2), 338–353.
- Panayitsa, A. L., & Falah, P. Al. (2025). Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Kebudayaan Indonesia Aqilla. *Jurnal Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 2(1), 75–88.
- Putri, F. C., & Winata, M. D. (2025). Pengembangan Potensi Edu Wisata Lontar Sewu Melalui Media Sosial Tiktok. *The Commercium*, 9(1), 178–187.
- Rahmat, A., Suci, A., & Abdillah, M. R. (2023). Menuju Transformasi Desa Kreatif: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Komunitas Sains Manajemen*, 2(4), 271–278.
- Rohmah, S. A., & Ahwan, Z. (2024). Tourism Construction Model: Pengembangan Rintisan Desa Wisata Khas Suku Tengger di Kawasan Hinterland Bromo Pasuruan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 6(1), 125–135. <https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/418%0Ahttps://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/download/418/131>
- Sukmawati, R. E., & Anggalih, N. N. (2024). Perancangan Konten Media Sosial Tiktok Sebagai Promosi Desa Wisata Kampung Majapahit Bejijong. *Barik*, 6(2), 199–213. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v6i2.64002>
- Susanto, G., Evelyn, R., Leo, D., & Felicio, H. (2023). Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(22), 483–491. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10115513>
- Triono, T. A. (2025). Konsep Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal: Hamemayu Hayuning Bawana Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Society Bridge*, 3(1), 27–38. <https://doi.org/10.59012/jsb.v3i1.64>
- Yascya, M. N., & Widyowati, W. (2024). Pelatihan Penyusunan Konten Media Sosial Bagi Pemuda Desa Untuk Promosi Wisata Desa Wonokitri. *JP2N : Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 1(2), 114–121. <https://doi.org/10.62180/4jacmq91>
- Zakiyatuzzulfa et al. (2025). Digitalisasi Karawitan: Strategi Pembuatan Media Sosial Tiktok dan Instagram untuk Pelestarian Seni di Kelurahan Betet. *Proceedings of The National Conference on Community Engagement*, 2(1), 275–285. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/ncce/article/view/6966/4690>
- Zamruddin, M. P., Mubarak, A., Sudirman, E. P., Vivian, Y. I., Setiawati, L., Gideon, J. W., & Lina, E. (2023). Optimalisasi Promosi Desa Budaya Sungai Bawang Dengan Pembuatan Video

Berbasis Cerita Rakyat Menggunakan Filmora. *Ruhui Rahayu Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 79–84.

Zhang, M., & Liu, Y. (2021). A commentary of TikTok recommendation algorithms in MIT Technology Review 2021. *Fundamental Research*, 1(6), 846–847.
<https://doi.org/10.1016/j.fmre.2021.11.015>