

# *The Impact of Public Speaking and Content Creator Workshops on the Digitalization of UMKM in Banyunyar Village Boyolali*

## **Pengaruh Workshop Public Speaking dan Konten Kreator pada Digitalisasi UMKM Desa Banyunyar**

Ardi Alvarizi<sup>1</sup>, Baquiuddin<sup>2</sup>, Theresia Abigail Tatontos<sup>3</sup>, Tsabita Maydilla<sup>4</sup>,  
Dhiyaulhaq Hibatullah<sup>5</sup>, Jiyanto<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta, Indonesia

\*Corresponding author: [jiyanto@isi-ska.ac.id](mailto:jiyanto@isi-ska.ac.id)

---

### Article history

Received :

(DD-MM-YYYY)

Revised :

(DD-MM-YYYY)

Accepted :

(DD-MM-YYYY)

### ABSTRACT

Digitalization is the main key to increasing the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), especially in rural areas such as Banyunyar Village, Boyolali. This study aims to analyze the influence of public speaking workshops and content creator training on the development of MSME digitalization. This workshop was held as a form of empowerment of MSME actors in improving their communication skills and skills in creating digital content for online product promotion. The method used was a qualitative approach with field observation, in-depth interviews, and documentation during the activity. The results showed that MSME actors who attended the workshop experienced a significant increase in self-confidence when presenting their products and were more active in utilizing social media as a marketing tool. In addition, content creator training encouraged business actors to be more innovative in presenting their products through high-quality videos and photos. Thus, this activity has a positive impact in supporting the digital transformation of local MSMEs. This study suggests the need for the continuation of similar training and long-term mentoring so that the results achieved can continue to develop and have a broad impact.

*Keywords:* Digitalization, Public Speaking, Content Creators.

### ABSTRAK

Digitalisasi menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama di wilayah pedesaan seperti Desa Banyunyar, Boyolali. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh workshop public speaking dan pelatihan konten kreator terhadap pengembangan digitalisasi UMKM. Workshop ini diselenggarakan sebagai bentuk

---

pemberdayaan pelaku UMKM dalam meningkatkan kemampuan komunikasi serta keterampilan membuat konten digital untuk promosi produk secara daring. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan observasi lapangan, wawancara mendalam dan dokumentasi selama kegiatan berlangsung. Hasil menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mengikuti workshop mengalami peningkatan signifikan dalam kepercayaan diri saat mempresentasikan produknya serta lebih aktif memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Selain itu, pelatihan konten kreator mendorong pelaku usaha untuk lebih inovatif dalam menyajikan produknya melalui video dan foto berkualitas tinggi. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan dampak positif dalam mendukung transformasi digital UMKM lokal. Penelitian ini menyarankan perlunya keberlanjutan pelatihan serupa dan pendampingan jangka panjang agar hasil yang dicapai dapat terus berkembang dan berdampak luas.

**Kata Kunci:** Digitalisasi, Public Speaking, Konten Kreator.

---

## INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam sektor ekonomi masyarakat pedesaan. Di era transformasi digital saat ini, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut untuk mampu beradaptasi dengan teknologi informasi dan komunikasi agar dapat bertahan dan bersaing secara efektif di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM, khususnya di daerah pedesaan seperti Desa Banyuanyar, Kabupaten Boyolali, adalah keterbatasan dalam pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, pemasaran, dan interaksi dengan konsumen. Minimnya pengetahuan dan keterampilan digital menjadi hambatan yang signifikan dalam proses digitalisasi UMKM di desa ini. Padahal, dengan penguasaan digital yang memadai, para pelaku UMKM berpeluang untuk memperluas pasar, meningkatkan pendapatan, serta memperkuat keberlanjutan usahanya.

Desa Banyuanyar memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup menjanjikan, baik dari sektor pertanian, kerajinan, hingga produk olahan makanan. Namun, banyak pelaku UMKM di desa konvensional tanpa pemanfaatan teknologi digital secara optimal. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya pelatihan dan pendampingan yang bersifat aplikatif dan sesuai kebutuhan masyarakat setempat. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah pendekatan edukatif yang tidak hanya menekankan pada teori,

tetapi juga pada praktik langsung, seperti pelatihan public speaking dan pembuatan konten digital. Public speaking menjadi penting karena banyak pelaku usaha yang kesulitan dalam menyampaikan nilai produk mereka secara menarik dan persuasif kepada calon pembeli, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Di sisi lain, kemampuan menjadi konten kreator kini menjadi salah satu keterampilan esensial di era digital, di mana kualitas foto, video, dan narasi produk sangat mempengaruhi minat konsumen dalam membeli produk (Ambarwati, 2022).

Pemberdayaan pelaku UMKM melalui workshop public speaking dan pelatihan konten kreator merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mempercepat proses digitalisasi UMKM. Workshop ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas komunikasi para pelaku usaha agar lebih percaya diri dalam mempresentasikan produk berinteraksi dengan pelanggan, serta membangun citra usaha yang positif. Sementara itu, pelatihan konten kreator ditujukan untuk membekali peserta dengan keterampilan teknis dalam membuat konten yang menarik, informatif, dan relevan dengan karakteristik target pasar. Dengan adanya dua pelatihan ini, pelaku UMKM tidak hanya belajar mengenai pentingnya digitalisasi, tetapi juga memiliki kemampuan praktis untuk langsung mengaplikasikannya dalam usaha mereka.

Workshop public speaking dan pelatihan konten kreator yang diselenggarakan di Desa Banyuanyar melibatkan berbagai elemen masyarakat, termasuk pelaku UMKM, pemuda desa, dan pendamping lokal. Kegiatan ini tidak hanya memberikan materi, tetapi juga disertai dengan simulasi dan praktik langsung agar peserta dapat mengembangkan keterampilan mereka secara menyeluruh. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa para peserta menjadi lebih aktif mempromosikan produk mereka melalui platform digital seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, serta mulai memahami pentingnya storytelling dan visual branding dalam dunia pemasaran digital. Selain itu, mereka juga mulai membangun jaringan komunikasi yang lebih luas dengan konsumen maupun pelaku usaha lainnya (Armelya, 2024).

Melalui pendekatan yang berbasis kebutuhan lokal dan partisipatif ini, workshop dan pelatihan yang dilaksanakan mampu memberikan dampak yang nyata terhadap percepatan digitalisasi UMKM di Desa Banyuanyar. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa dengan metode pelatihan yang tepat dan menyenangkan, masyarakat desa dapat belajar dengan cepat dan menerapkan ilmu yang diperoleh untuk kemajuan usaha mereka. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah daerah, lembaga pendidikan, serta pihak swasta untuk terus mendukung program-program serupa secara berkelanjutan guna menciptakan ekosistem digital yang inklusif dan memberdayakan, khususnya bagi pelaku UMKM di desa. Pendekatan kolaboratif semacam ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi yang bisa direplikasi di daerah-daerah lain di Indonesia.

Selain penguatan kapasitas individu melalui workshop dan pelatihan, faktor lingkungan sosial dan budaya juga memainkan peran penting dalam keberhasilan digitalisasi UMKM. Di Desa Banyuanyar, budaya gotong royong dan semangat kolektif masyarakat menjadi modal sosial yang sangat mendukung keberlanjutan program pemberdayaan. Kolaborasi antar pelaku UMKM dan dukungan dari perangkat desa memperkuat motivasi peserta untuk terus belajar dan berinovasi. Bahkan, beberapa peserta membentuk kelompok usaha bersama untuk memproduksi konten promosi dan saling membantu dalam membangun branding produk secara digital. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan komunitas sangat efektif dalam mempercepat adaptasi teknologi di lingkungan pedesaan.

Dukungan infrastruktur digital seperti ketersediaan internet, perangkat teknologi, dan media sosial yang mudah diakses juga menjadi faktor penentu dalam pengembangan UMKM digital. Meskipun Desa Banyuanyar belum sepenuhnya memiliki akses internet yang stabil di seluruh wilayahnya, para peserta pelatihan tetap bersemangat menggunakan fasilitas yang ada semaksimal mungkin. Mereka memanfaatkan ruang publik seperti balai desa atau rumah warga yang memiliki akses Wi-Fi untuk mengunggah konten dan melakukan promosi daring. Tantangan ini menunjukkan pentingnya perhatian dari pihak pemerintah dan penyedia layanan untuk memperluas akses digital hingga ke pelosok desa, sebagai fondasi keberhasilan transformasi digital UMKM (Asfina, 2023).

Dengan segala potensi dan tantangan yang ada, pelaksanaan workshop public speaking dan konten kreator ini menjadi titik awal dari perubahan pola pikir dan cara kerja pelaku UMKM di Desa Banyuanyar. Program ini membuka wawasan baru bahwa digitalisasi bukan hanya milik pelaku usaha besar di kota, tetapi juga dapat diakses dan dimanfaatkan oleh pelaku usaha kecil di desa. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi individu, tetapi juga memperkuat identitas dan daya tarik desa secara keseluruhan. Oleh karena itu, penting untuk menjadikan kegiatan serupa sebagai agenda rutin dan terintegrasi dalam program pembangunan desa berbasis ekonomi kreatif dan digital.

Program workshop public speaking dan pelatihan konten kreator inimerupakan bagian dari kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan oleh mahasiswa sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini dirancang berdasarkan hasil observasi dan pemetaan potensi serta permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Banyuanyar, Kabupaten Boyolali. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator yang menghubungkan pengetahuan akademik dengan praktik di lapangan, sekaligus menjadi agen perubahan sosial yang berupaya mendorong percepatan digitalisasi di lingkungan desa. Program ini dirancang agar sesuai dengan kebutuhan lokal dan mempertimbangkan karakteristik masyarakat setempat, sehingga pelatihan yang diberikan benar-benar relevan dan aplikatif (Faizah, 2020).

Sebagai bagian dari KKN tematik yang mengangkat isu pemberdayaan ekonomi berbasis teknologi digital, kegiatan ini bertujuan untuk membangun kapasitas pelaku UMKM secara menyeluruh. Mahasiswa tidak hanya memberikan pelatihan dalam satu arah, tetapi juga mendorong partisipasi aktif dari masyarakat desa untuk berinovasi dan menciptakan solusi atas permasalahan yang mereka hadapi sendiri. Melalui pendekatan partisipatif ini, kegiatan KKN tidak hanya berdampak sementara, tetapi diharapkan meninggalkan jejak keberlanjutan berupa peningkatan kemampuan dan pola pikir digital masyarakat desa. Kegiatan ini juga mempererat hubungan

antara kampus dan masyarakat, sebagai bentuk nyata dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam hal pengabdian kepada masyarakat.

Keterlibatan mahasiswa dalam program KKN ini menjadi bukti bahwa peran generasi muda sangat penting dalam proses pemberdayaan dan transformasi masyarakat desa. Mahasiswa hadir tidak hanya sebagai pelatih, tetapi juga sebagai pendengar dan mitra dialog yang menjembatani kebutuhan masyarakat dengan sumber daya yang dimiliki kampus. Melalui kolaborasi ini, diharapkan kegiatan KKN tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menjadi awal dari perubahan positif yang lebih luas dan berkelanjutan, khususnya dalam konteks penguatan UMKM sebagai tulang punggung ekonomi lokal di era digital.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menggambarkan secara mendalam pengaruh program workshop public speaking dan pelatihan konten kreator terhadap proses digitalisasi UMKM di Desa Banyuanyar, Boyolali. Metode ini dipilih karena sesuai untuk memahami fenomena sosial secara kontekstual dan holistik, khususnya dalam melihat perubahan perilaku dan kemampuan pelaku UMKM setelah mengikuti program KKN. Data dikumpulkan melalui observasi langsung selama pelaksanaan program, wawancara semi-terstruktur dengan peserta, serta dokumentasi kegiatan berupa foto, video, dan hasil karya peserta (Hadi, 2020). Observasi dilakukan oleh tim mahasiswa KKN untuk mencermati partisipasi aktif peserta, respons terhadap materi, serta kemampuan mereka dalam mempraktikkan keterampilan yang diberikan.

Wawancara dilakukan kepada beberapa pelaku UMKM yang mengikuti workshop untuk mengetahui persepsi mereka terhadap kegiatan, kendala yang mereka hadapi, dan sejauh mana pelatihan ini berkontribusi terhadap usaha mereka. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil temuan di lapangan dan menilai kualitas output kegiatan, seperti konten promosi yang dihasilkan peserta. Analisis data dilakukan secara tematik, dengan mengidentifikasi pola-pola umum dari hasil wawancara dan observasi.

Data kemudian diklasifikasikan ke dalam beberapa tema utama seperti peningkatan keterampilan komunikasi, kreativitas dalam membuat konten, dan

penggunaan media sosial dalam pemasaran. Validitas data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu dengan membandingkan data dari observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam menyimpulkan efektivitas program serta memberikan rekomendasi untuk pelaksanaan kegiatan serupa di masa mendatang.

## RESULTS & DISCUSSION

Program workshop public speaking dan pelatihan konten kreator yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN di Desa Banyuanyar, Boyolali, memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pelaku UMKM lokal dalam mendukung proses digitalisasi usaha mereka. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, terlihat adanya peningkatan antusiasme dan partisipasi aktif dari para peserta dalam mengikuti rangkaian kegiatan pelatihan. Sebanyak 25 pelaku UMKM yang terdiri dari produsen makanan olahan, kerajinan tangan, dan produk pertanian, menunjukkan ketertarikan tinggi terhadap materi yang disampaikan karena sesuai dengan kebutuhan nyata yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha di era digital.

Dalam sesi public speaking, para peserta dilatih untuk lebih percaya diri dalam memperkenalkan produk mereka kepada konsumen, baik secara langsung maupun melalui platform digital. Banyak peserta mengakui bahwa sebelumnya mereka merasa canggung dan tidak tahu bagaimana menyampaikan keunggulan produknya secara menarik. Melalui latihan berbicara, praktik simulasi presentasi, dan pemberian umpan balik, peserta mulai menunjukkan peningkatan signifikan dalam hal artikulasi, pemilihan kata, serta sikap tubuh saat berbicara. Hal ini menjadi bekal penting dalam menghadapi pembeli di pasar daring maupun saat mengikuti pameran produk secara offline (Idawati, 2019).

Sementara itu, pelatihan konten kreator menjadi bagian yang sangat menarik dan aplikatif bagi peserta. Materi yang diberikan mencakup dasar-dasar fotografi produk, pembuatan video singkat untuk promosi, penggunaan aplikasi edit konten, serta strategi branding melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Banyak peserta yang sebelumnya belum pernah membuat konten visual

secara profesional, namun setelah pelatihan, mereka mampu menghasilkan foto dan video yang lebih menarik dan relevan dengan target pasar. Beberapa peserta bahkan mulai rutin memposting konten promosi, membuat katalog digital, dan membangun akun media sosial khusus untuk usahanya.

Dari hasil dokumentasi dan pengamatan pasca-kegiatan, terlihat bahwa sejumlah peserta mengalami peningkatan jumlah interaksi dengan konsumen melalui media sosial. Beberapa pelaku UMKM juga mendapatkan pesanan baru dari luar daerah yang sebelumnya sulit dijangkau. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap perluasan jangkauan pemasaran produk mereka. Dalam jangka pendek, transformasi digital ini telah membuka peluang baru dalam memperkenalkan produk lokal Desa Banyuanyar ke pasar yang lebih luas.

Selain peningkatan keterampilan individu, kegiatan ini juga mendorong kolaborasi antar pelaku UMKM. Peserta saling membantu dalam membuat konten, berbagi strategi pemasaran, dan bahkan merencanakan pembuatan kampanye promosi bersama. Ini menunjukkan adanya penguatan jaringan sosial dan kerja sama komunitas sebagai efek samping positif dari kegiatan pelatihan. Selain itu, perangkat desa yang turut hadir dalam kegiatan juga menyampaikan dukungannya untuk menjadikan kegiatan serupa sebagai program berkelanjutan yang didanai oleh dana desa atau bekerjasama dengan pihak ketiga.

Namun demikian, kegiatan ini juga menemui beberapa tantangan. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan infrastruktur digital di beberapa bagian desa, seperti sinyal internet yang kurang stabil dan keterbatasan perangkat yang dimiliki peserta. Untuk mengatasi hal ini, mahasiswa KKN memberikan pelatihan secara berkelompok dan menyediakan perangkat secara bergiliran agar semua peserta bisa mendapatkan pengalaman praktik langsung. Tantangan lainnya adalah masih adanya kesenjangan literasi digital di antara peserta, terutama mereka yang sudah berusia lanjut dan belum terbiasa menggunakan teknologi. Oleh karena itu, pelatihan dilakukan secara bertahap dan dengan pendekatan yang humanis agar semua peserta merasa nyaman untuk belajar.

Secara keseluruhan, hasil dari pelaksanaan workshop public speaking dan pelatihan konten kreator dalam program KKN ini menunjukkan bahwa intervensi berbasis edukasi dan praktik sangat efektif dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan era digital. Program ini bukan hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga membangun kepercayaan diri, semangat inovasi, serta rasa kepemilikan terhadap usaha mereka. Ini menjadi bukti bahwa pemberdayaan masyarakat desa melalui pendekatan teknologi digital dapat dilakukan dengan strategi yang tepat, partisipatif, dan berbasis pada kebutuhan riil masyarakat.

Proses digitalisasi UMKM tidak bisa dilepaskan dari pendekatan humanis dan kontekstual. Di lingkungan desa seperti Banyuwangi, pendekatan formal dan teknis yang terlalu kaku justru menjadi hambatan dalam proses pembelajaran. Oleh karena itu, kehadiran mahasiswa KKN sebagai fasilitator yang lebih dekat secara usia dan pendekatan sosial, menjadi faktor penting dalam menciptakan suasana belajar yang menyenangkan dan interaktif. Hal ini terlihat dari meningkatnya rasa percaya diri peserta untuk mencoba hal-hal baru, seperti berbicara di depan kamera atau mengedit konten promosi secara mandiri (Puspatriani, 2024).

Selain membangun kepercayaan diri, program ini juga menekankan pentingnya storytelling dalam pemasaran digital. Dalam sesi pelatihan, peserta diajak untuk mengenali keunikan produk masing-masing dan belajar menyampaikan nilai cerita di balik produk tersebut. Misalnya, seorang pelaku UMKM pengrajin anyaman bambu belajar untuk tidak hanya menjual produk secara visual, tetapi juga menceritakan proses pembuatannya, nilai budaya lokal yang terkandung, serta manfaat produk dalam kehidupan sehari-hari. Strategi ini terbukti menarik perhatian lebih banyak konsumen di media sosial karena memberikan kedalaman makna terhadap produk yang ditawarkan, bukan sekadar tampilan visual semata.

Selain aspek konten, peserta juga dikenalkan pada dasar-dasar manajemen akun media sosial, seperti menentukan waktu terbaik untuk memposting, cara menjawab pertanyaan pelanggan, serta pentingnya konsistensi visual dan branding.

Hal ini menjadi bekal tambahan yang sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM agar dapat menjalankan strategi pemasaran digital secara berkelanjutan, bukan hanya saat pelatihan berlangsung. Pelatihan ini tidak hanya memberikan "ikan", tetapi juga "kail" agar peserta mampu terus berkembang meskipun tidak lagi didampingi secara langsung oleh tim KKN.

Secara umum, keberhasilan program ini juga dipengaruhi oleh adanya sinergi antara mahasiswa, perangkat desa, dan masyarakat. Dukungan dari pemerintah desa dalam menyediakan fasilitas, serta semangat partisipasi masyarakat dalam mengikuti pelatihan menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM dapat berjalan efektif bila semua pihak terlibat secara aktif. Oleh karena itu, kegiatan ini menjadi model kolaboratif yang dapat direplikasi di desa-desa lain, khususnya yang memiliki potensi ekonomi lokal namun belum maksimal dalam pemanfaatan media digital. Pendekatan edukatif seperti ini membuktikan bahwa dengan metode yang tepat, masyarakat desa pun mampu bersaing di era ekonomi digital. (Ramadiansyah, 2024).

Dalam pelaksanaan program workshop public speaking dan pelatihan konten kreator di Desa Banyuanyar, Boyolali, terdapat beberapa tantangan yang perlu dicermati sebagai pelajaran untuk kegiatan serupa di masa mendatang. Tantangan pertama adalah rendahnya literasi digital sebagian peserta, terutama yang berusia lanjut. Banyak pelaku UMKM belum terbiasa menggunakan smartphone secara optimal, apalagi aplikasi edit konten atau manajemen media sosial. Hal ini menyebabkan proses pelatihan harus disesuaikan dengan kemampuan peserta, baik dari segi kecepatan materi maupun pendekatan pembelajaran yang lebih sederhana dan aplikatif.

Tantangan kedua berkaitan dengan keterbatasan fasilitas teknologi. Beberapa peserta tidak memiliki perangkat seperti kamera, tripod, atau ponsel dengan spesifikasi memadai untuk membuat konten berkualitas tinggi. Selain itu, jaringan internet di beberapa bagian desa masih belum stabil, sehingga menyulitkan peserta untuk mengunggah konten atau melakukan promosi secara real-time. Untuk mengatasi hal ini, tim mahasiswa KKN menyediakan peralatan secara bergiliran serta menggunakan fasilitas Wi-Fi publik di balai desa sebagai lokasi utama pelatihan.

Tantangan ketiga menyangkut mindset pelaku UMKM yang masih menganggap media sosial sebagai sarana hiburan semata, bukan sebagai alat bisnis. Beberapa peserta awalnya skeptis terhadap manfaat promosi digital, terutama mereka yang sudah lama menjalankan usaha secara konvensional. Mengubah pola pikir ini membutuhkan pendekatan persuasif yang disertai dengan contoh konkret. Oleh karena itu, dalam pelatihan, mahasiswa memberikan studi kasus UMKM sukses dari daerah lain yang menggunakan strategi konten digital dan terbukti meningkatkan penjualan secara signifikan.

Sebagai respons terhadap berbagai tantangan tersebut, mekanisme pelaksanaan program dirancang secara fleksibel dan bertahap. Pelatihan dibagi dalam beberapa sesi kecil agar suasana lebih interaktif dan peserta dapat bertanya secara langsung. Mahasiswa juga menggunakan metode peer teaching, yaitu dengan mengajak peserta yang lebih cepat memahami materi untuk membantu peserta lainnya. Strategi ini terbukti meningkatkan efektivitas belajar, sekaligus mempererat hubungan antar peserta (Soelistyowati, 2019).

Selain itu, untuk memastikan peserta tetap termotivasi, mahasiswa KKN menyelenggarakan sesi penilaian hasil karya berupa konten terbaik yang ditampilkan di media sosial. Kegiatan ini memberikan stimulus positif dan membangkitkan semangat bersaing secara sehat di antara pelaku UMKM. Penghargaan kecil seperti sertifikat dan publikasi karya di akun resmi desa turut memperkuat rasa bangga dan kepercayaan diri peserta dalam mempromosikan produknya. Keterlibatan aktif perangkat desa dalam proses pendampingan pasca-pelatihan menjadi mekanisme penting dalam menjaga keberlanjutan program. Mahasiswa mendorong terbentuknya komunitas kecil pelaku UMKM digital yang difasilitasi oleh pihak desa, sehingga setelah program KKN selesai, para peserta masih memiliki ruang untuk bertukar informasi, berbagi pengalaman, dan mengembangkan keterampilan secara mandiri. Dengan demikian, tantangan yang ada tidak menjadi hambatan permanen, tetapi justru menjadi peluang untuk membangun sistem pemberdayaan masyarakat yang tangguh dan adaptif di era digital.

Program KKN yang berfokus pada workshop public speaking dan pelatihan konten kreator di Desa Banyuanyar menunjukkan bahwa pendekatan edukatif berbasis teknologi digital sangat relevan dan diperlukan oleh pelaku UMKM lokal. Dalam praktiknya, program ini tidak hanya berfokus pada pemberian materi teknis, melainkan juga menanamkan nilai-nilai penting seperti keberanian berbicara di depan umum, semangat kolaborasi, dan pentingnya menjaga identitas produk lokal di tengah arus digitalisasi. Aspek ini menjadi landasan kuat dalam membentuk UMKM yang tidak hanya mampu bersaing dari sisi kualitas produk, tetapi juga dari cara mereka mempresentasikan dan memasarkan produk tersebut secara kreatif dan komunikatif. Program ini juga berhasil memperlihatkan bahwa pelatihan konten kreator tidak harus dilakukan dengan perangkat mahal atau teknologi canggih. Dengan memanfaatkan alat sederhana seperti kamera ponsel, lampu seadanya, dan aplikasi pengedit konten yang mudah digunakan, peserta tetap dapat menghasilkan konten yang menarik dan layak tayang di platform digital. Bahkan, pendekatan low-budget ini mendorong peserta untuk lebih kreatif dan inovatif, karena mereka belajar menyesuaikan ide dengan sumber daya yang tersedia. Hal ini membentuk pola pikir adaptif yang sangat penting dalam menghadapi tantangan UMKM di era digital yang dinamis (Wijayanto, 2024).

Dari sisi keterlibatan komunitas, kegiatan ini juga memperkuat jejaring sosial antar pelaku UMKM. Mereka mulai berbagi informasi tentang tren pasar, saling membantu dalam proses produksi konten, dan bahkan menjalin kerja sama promosi silang antar produk. Misalnya, pelaku usaha keripik singkong berkolaborasi dengan pembuat sambal rumahan untuk membuat paket produk “cemilan komplit” yang dipromosikan bersama di media sosial. Kerja sama semacam ini lahir dari komunikasi yang terbangun selama sesi pelatihan, dan menjadi cikal bakal terbentuknya ekosistem usaha mikro yang saling mendukung dan bertumbuh bersama. Dari sisi keterlibatan komunitas, kegiatan ini juga memperkuat jejaring sosial antar pelaku UMKM. Mereka mulai berbagi informasi tentang tren pasar, saling membantu dalam proses produksi konten, dan bahkan menjalin kerja sama promosi silang antar produk. Misalnya, pelaku usaha keripik singkong berkolaborasi dengan pembuat sambal rumahan untuk membuat paket produk “cemilan komplit” yang dipromosikan bersama di

media sosial. Kerja sama semacam ini lahir dari komunikasi yang terbangun selama sesi pelatihan, dan menjadi cikal bakal terbentuknya ekosistem usaha mikro yang saling mendukung dan bertumbuh bersama. Desa memiliki potensi besar dalam menciptakan gerakan digitalisasi berbasis budaya lokal, di mana teknologi digunakan sebagai alat pelestarian sekaligus pengembangan ekonomi. Para pelaku UMKM mulai menyadari bahwa produk mereka tidak hanya sekadar barang dagangan, tetapi juga bagian dari narasi budaya desa yang patut ditampilkan kepada dunia melalui media sosial dan platform digital lainnya. Dengan mengangkat nilai lokal tersebut, produk desa memiliki peluang untuk menembus pasar yang lebih luas dan beragam.

## CONCLUSION

Program workshop public speaking dan pelatihan konten kreator yang dilaksanakan dalam rangka Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Banyuanyar, Boyolali, telah memberikan dampak positif yang nyata dalam mendukung proses digitalisasi UMKM lokal. Kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku usaha dari segi komunikasi, keterampilan membuat konten digital, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Selain menghasilkan output berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta, program ini juga memupuk semangat kolaborasi, memperkuat jaringan sosial antar pelaku UMKM, serta membuka akses pasar yang lebih luas melalui platform digital. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pendekatan pemberdayaan berbasis edukasi, teknologi, dan partisipasi aktif masyarakat merupakan strategi efektif dalam mendorong transformasi ekonomi digital di tingkat desa. Kolaborasi antara mahasiswa, masyarakat, dan perangkat desa menjadi kunci penting dalam menciptakan dampak yang berkelanjutan. Diharapkan, kegiatan ini dapat terus dikembangkan dan direplikasi di desa-desa lain, sehingga proses digitalisasi UMKM dapat merata dan menjadi bagian integral dari pembangunan ekonomi desa yang inklusif dan mandiri.

## REFERENCES

1. Ambarwati, M. F. L., Gumelar, S., & Marvell, J. (2022). Workshop Peningkatan Kualitas Kemampuan Public Speaking. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5).
2. Armelya, M., Hartati, R. F., Binsasi, S. S., Amol, F.
3. I. A., & Nurak, G. (2024). Peningkatan Literasi Siswa Melalui Workshop Public Speaking Dan Leadership Di Desa Wuakerong, Kecamatan Nagawutung, Kabupaten Lembata. *Aspirasi: Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 2(6), 88-98.
4. Asfina, R., Rahmi, E., & Yumami, E. (2023, August). Workshop Manajemen Kepemimpinan Dan Public Speaking Bagi Pemuda Di Kabupaten Bengkulu: Workshop On Leadership Management And Public Speaking For The Youth In Bengkulu Regency. In *Sentimas: Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat* (Pp. 326-330).
5. Faizah, U., Setyowati, H., Setiyono, J., & Johan, A.
6. N. (2020). Workshop Public Speaking Bagi Anak Usia Dini Di Desa Susuk Kecamatan Ngombol Kabupaten Purworejo. *Surya Abdimas*, 4(1), 8-12.
7. Hadi, A. P., Fajarica, S. D., Waru, T., & Maulida, N. (2020). Peningkatan Kompetensi Komunitas Wanita Pemilik Usaha Kecil Menengah Melalui Workshop Public Speaking. *Jurnal Nomosleca*, 6(1).
8. Idawati, I., Handayani, B., Anwar, K., Putri, A., & Angela, A. R. (2019). Workshop Public Speaking Melatih Siswa Terampil Bicara Di Depan Umum. *Community Education Engagement Journal*, 1(1), 1-7.
9. Puspatriani, A. D., Prayoga, A. H., Lastri, A., & Supriati, E. (2024). Workshop Public Speaking, Leadership, And Self- Confidence Di Mts Yappena Dan Ma Nurul Arifin Desa Pasirsalam Kecamatan Mangunreja Kabupaten Tasikmalaya. *Journal Of Human And Education (Jahe)*, 4(4), 750-754.
10. Ramadiansyah, S. A., & Suparna, P. (2024). Pelatihan Public Speaking Dalam Konten Edukatif Di Desa Manukaya Tampak Siring Gianyar. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(7), 1217-1224.
11. Soelistyowati, R. D., & Nurwulan, T. (2019). Workshop Public Speaking Sebagai Salah Satu Upaya Profesionalisasi Dalam Memperoleh Presisi Verbal Bagi Perangkat Desa Cilebut Barat. *Jurnal Pikma: Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 2(1), 58-73.
12. Wijayanto, P. W., & Qana'a, M. (2024). Pelatihan Public Speaking Sebagai Sarana Komunikasi Efektif Bagi Siswa Smk Plus Al Aitaam Bandung. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 4(2).