

# Membangun Identitas Digital Melalui Pelatihan Tematik Bagi Konten Kreator Guna Meningkatkan Pemasaran Produk

Hasyim Mochtar<sup>a\*</sup>, Niken Probondani Astuti<sup>a</sup>

<sup>a</sup>STIEM Bongaya, Jl. A. Mappaodang, Makassar

---

## Abstract

In the ever-growing digital era, content creators have an important role in carrying out product marketing strategies. This activity aims to explore the effectiveness of thematic training in building the digital identity of content creators to improve product marketing. The method used in this training involves intensive training that focuses on developing creative skills, personal branding strategies and digital marketing techniques carried out in collaboration between STIEM Bongaya and BPPSDM Kominfo Makassar City as a Resource Team and assisted by the Banking Student Community (KMP). The results of this training show a significant increase in the quality of content produced by creators, which leads to increased engagement and product marketing conversions. Participants were able to create content that was not only visually appealing but also relevant to their target audience, strengthening a unique and consistent digital identity. From this activity it can also be concluded that this thematic training not only enriches content creators' technical knowledge and skills, but also increases their capabilities in building and managing strong digital identities. Thus, thematic training has proven to be a strategic investment for companies that want to maximize the potential of digital marketing through content creators.

---

## Abstrak

Dalam era digital yang terus berkembang, konten kreator memiliki peran penting dalam menjalankan strategi pemasaran produk. Kegiatan ini bertujuan untuk mengeksplorasi efektivitas pelatihan tematik dalam membangun identitas digital para konten kreator guna meningkatkan pemasaran produk. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini yaitu dengan melibatkan pelatihan intensif yang fokus pada pengembangan keterampilan kreatif, strategi branding personal, dan teknik pemasaran digital yang dilaksanakan atas kerjasama antara STIEM Bongaya dengan BPPSDM Kominfo kota Makassar sebagai Tim Narasumber dan dibantu oleh Komunitas Mahasiswa Perbankan (KMP). Hasil dari pelatihan ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam hal kualitas konten yang dihasilkan oleh para kreator, yang berujung pada peningkatan engagement dan konversi pemasaran produk. Para peserta mampu menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga relevan dengan audiens target mereka, memperkuat identitas digital yang unik dan konsisten. Dari kegiatan ini juga dapat disimpulkan bahwa pelatihan tematik ini tidak hanya memperkaya pengetahuan dan keterampilan teknis konten kreator, tetapi juga meningkatkan kapabilitas mereka dalam membangun dan mengelola identitas digital yang kuat. Dengan demikian, pelatihan tematik terbukti menjadi investasi strategis bagi perusahaan yang ingin memaksimalkan potensi pemasaran digital melalui konten kreator.

*Keywords:* Pelatihan Tematik, Konten Kreator, Pemasaran Produk.

---

## 1. Pendahuluan

Di era digital saat ini, keberadaan dan popularitas media sosial telah mengubah lanskap pemasaran secara drastis. Perusahaan tidak lagi hanya mengandalkan iklan tradisional, tetapi juga menggunakan konten digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Dalam konteks ini, konten kreator menjadi komponen vital dalam strategi pemasaran digital. Mereka memiliki kemampuan untuk menciptakan konten yang menarik dan engaging, yang mampu menarik perhatian konsumen dan mendorong interaksi yang lebih personal dan organik.

---

\*Corresponding author:

E-mail address : [hasyimochtar@yahoo.com](mailto:hasyimochtar@yahoo.com)



Namun, meskipun memiliki potensi besar, banyak konten kreator yang masih menghadapi tantangan dalam membangun identitas digital yang kuat dan konsisten. Identitas digital yang jelas dan otentik sangat penting untuk membedakan diri di tengah persaingan yang ketat dan untuk menciptakan ikatan emosional dengan audiens. Tanpa identitas digital yang kuat, upaya pemasaran sering kali tidak mencapai hasil yang maksimal.

Salah satu solusi yang potensial adalah melalui pelatihan tematik yang dirancang khusus untuk konten kreator. Pelatihan ini tidak hanya berfokus pada pengembangan keterampilan teknis seperti editing video atau fotografi, tetapi juga pada strategi branding personal, pemahaman audiens, dan teknik pemasaran digital yang efektif. Dengan demikian, konten kreator dapat membangun dan memperkuat identitas digital mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan efektivitas pemasaran produk.

Pelatihan tematik ini juga memberikan konten kreator wawasan tentang tren terbaru dalam pemasaran digital, alat dan teknologi baru, serta best practices yang dapat diterapkan dalam pekerjaan mereka. Melalui pendekatan yang komprehensif dan berkelanjutan, pelatihan ini diharapkan mampu menciptakan konten kreator yang tidak hanya kreatif, tetapi juga memiliki kemampuan untuk beradaptasi dan berkembang dalam dunia digital yang dinamis.

Dengan demikian, pelatihan ini berfokus pada pentingnya pelatihan tematik dalam membantu konten kreator membangun identitas digital yang kuat, serta dampaknya terhadap peningkatan pemasaran produk. Identifikasi dan pengembangan identitas digital yang efektif akan memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan dalam mencapai tujuan pemasaran mereka.

## **2. Metode Pelaksanaan**

### **1. Tahap Persiapan**

Tahap persiapan merupakan langkah awal yang krusial untuk memastikan pelatihan tematik bagi konten kreator berjalan dengan lancar dan efektif. Tahapan ini meliputi beberapa kegiatan sebagai berikut:

#### **a. Identifikasi Kebutuhan Pelatihan:**

- Melakukan survei atau wawancara dengan konten kreator untuk memahami kebutuhan mereka.
- Menganalisis tren industri dan keterampilan yang sedang diminati.

#### **b. Pengembangan Kurikulum:**

- Menyusun materi pelatihan yang mencakup keterampilan teknis (fotografi, videografi, editing) dan strategi pemasaran digital (branding personal, storytelling, penggunaan media sosial).
- Mengundang instruktur atau narasumber dalam hal ini adalah BBPSDM Kominform Kota Makassar untuk mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan pelaksanaan pelatihan ini

#### **c. Logistik dan Infrastruktur:**

- Menyediakan fasilitas pelatihan yang memadai, seperti ruang kelas, peralatan audiovisual, dan akses internet.
- Menyiapkan perangkat lunak dan alat yang diperlukan untuk pelatihan, seperti aplikasi editing dan alat manajemen media sosial.

#### **d. Pendaftaran dan Promosi:**

- Membuka pendaftaran peserta dan melakukan promosi pelatihan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, email, dan jaringan profesional.
- Mengumpulkan dan mengorganisir data peserta.



Gambar 1. Suasana Pendaftaran

## 2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan ini dilakukan dalam 2 batch yaitu batch 1 dilaksanakan pada tanggal ...s/d tgl dan batch 2 dilaksanakan pada tanggal 29-30 April 2024 yang diikuti sebanyak 150 peserta dan dilaksanakan di Kampus STIEM Bongaya dan Kantor BBPSDM Kominfo Kota Makassar. Kegiatan ini adalah inti dari program pelatihan, di mana peserta mengikuti berbagai sesi yang telah disusun. Tahapan ini meliputi:

### a. Pembukaan dan Orientasi:

- Menyambut peserta dan memberikan pengenalan tentang tujuan, agenda, dan manfaat pelatihan.
- Memperkenalkan instruktur dan narasumber.



Gambar 2. Pembukaan & Foto Bersama Tim Fasilitator

### b. Pelaksanaan Sesi Pelatihan:

- **Kelas Teori:** Menyampaikan materi tentang dasar-dasar konten kreator, identitas digital, dan pemasaran produk.
- **Kelas Praktik:** Sesi hands-on di mana peserta dapat mempraktikkan keterampilan yang dipelajari, seperti membuat konten, editing video, dan merancang kampanye pemasaran digital.
- **Diskusi dan Studi Kasus:** Menganalisis kasus nyata untuk memahami strategi sukses dan tantangan yang dihadapi konten kreator.



**Gambar 3. Suasana Pelatihan & Mentoring**

**c. Pendampingan dan Mentoring:**

- Memberikan bimbingan langsung kepada peserta selama sesi praktik.
- Menyediakan sesi tanya jawab untuk mengatasi kendala yang dihadapi peserta.

**d. Penggunaan Alat dan Teknologi:**

- Mengajarkan penggunaan alat digital dan aplikasi yang relevan untuk produksi dan distribusi konten.
- Memperkenalkan platform analitik untuk mengukur kinerja konten dan kampanye pemasaran.

**3. Tahap Evaluasi**

Tahap evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan dan menentukan area yang perlu diperbaiki di masa mendatang. Tahapan ini meliputi:

**a. Evaluasi Peserta:**

- Menggunakan kuesioner dan survei untuk mendapatkan umpan balik dari peserta tentang materi, instruktur, dan pengalaman pelatihan.
- Mengukur peningkatan keterampilan peserta melalui tes sebelum dan sesudah pelatihan.

**b. Evaluasi Kinerja:**

- Menilai kinerja peserta dalam membuat konten dan menjalankan kampanye pemasaran selama sesi praktik.
- Menggunakan indikator kinerja utama (KPI) seperti kualitas konten, engagement audiens, dan efektivitas kampanye pemasaran.

**c. Laporan dan Analisis:**

- Menyusun laporan komprehensif yang merangkum hasil evaluasi dan umpan balik dari peserta.

- Menganalisis data untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pelatihan.

d. **Perbaikan dan Pengembangan:**

- Menggunakan temuan dari evaluasi untuk memperbaiki kurikulum dan metode pelatihan.
- Merencanakan sesi pelatihan lanjutan atau pembinaan berkelanjutan untuk mendukung perkembangan peserta.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 1. Kegiatan Awal dan Persiapan Kegiatan

Kegiatan awal dan persiapan merupakan tahap penting yang menentukan keberhasilan pelatihan tematik bagi konten kreator. Berikut adalah hasil dan pembahasannya:

a. **Identifikasi Kebutuhan Pelatihan:**

- **Hasil:** Melalui survei dan wawancara dengan calon peserta, ditemukan bahwa keterampilan yang paling dibutuhkan adalah teknik videografi, editing konten, dan strategi pemasaran digital.
- **Pembahasan:** Identifikasi kebutuhan pelatihan yang tepat sangat penting untuk merancang kurikulum yang relevan. Survei dan wawancara memberikan wawasan langsung tentang keterampilan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konten kreator.

b. **Pengembangan Kurikulum:**

- **Hasil:** Kurikulum yang dikembangkan mencakup teori dasar konten kreator, praktik teknis, dan strategi pemasaran digital. Instruktur yang berpengalaman di bidangnya berhasil diundang untuk mengisi sesi pelatihan.
- **Pembahasan:** Kurikulum yang komprehensif membantu peserta untuk memahami aspek teoretis dan praktis dari pembuatan konten dan pemasaran. Keterlibatan instruktur ahli meningkatkan kredibilitas dan kualitas pelatihan.

c. **Logistik dan Infrastruktur:**

- **Hasil:** Fasilitas pelatihan disiapkan dengan baik, termasuk ruang kelas, peralatan audiovisual, dan akses internet. Perangkat lunak editing dan alat manajemen media sosial juga tersedia.
- **Pembahasan:** Persiapan logistik yang baik memastikan bahwa peserta memiliki semua sumber daya yang mereka butuhkan untuk belajar dan berlatih secara efektif.

d. **Pendaftaran dan Promosi:**

- **Hasil:** Pendaftaran peserta berjalan lancar dengan jumlah peserta mencapai target. Promosi dilakukan melalui media sosial, email, dan jaringan profesional.
- **Pembahasan:** Strategi promosi yang efektif memastikan partisipasi yang cukup, sementara proses pendaftaran yang efisien membuat pengalaman peserta lebih positif sejak awal.

#### 2. Kegiatan Pelaksanaan

Kegiatan pelaksanaan melibatkan serangkaian sesi pelatihan yang dirancang untuk mengembangkan keterampilan konten kreator. Berikut adalah hasil dan pembahasannya:

a. **Pembukaan dan Orientasi:**

- **Hasil:** Sesi pembukaan dihadiri oleh semua peserta, dan mereka menerima pengenalan yang jelas tentang tujuan dan agenda pelatihan.
- **Pembahasan:** Orientasi yang baik membantu mengatur ekspektasi peserta dan memastikan mereka memahami manfaat yang akan diperoleh dari pelatihan.

b. **Pelaksanaan Sesi Pelatihan:**

- **Kelas Teori:**
  - **Hasil:** Peserta menunjukkan pemahaman yang baik tentang dasar-dasar konten kreator dan strategi pemasaran setelah sesi teori.

- **Pembahasan:** Materi teori yang disampaikan dengan jelas dan terstruktur membantu peserta membangun fondasi pengetahuan yang kuat.
- **Kelas Praktik:**
  - **Hasil:** Peserta berhasil membuat konten yang kreatif dan profesional selama sesi praktik. Mereka juga menunjukkan peningkatan keterampilan dalam editing video dan fotografi.
  - **Pembahasan:** Praktik langsung sangat efektif dalam membantu peserta menguasai keterampilan teknis yang dibutuhkan.
- **Diskusi dan Studi Kasus:**
  - **Hasil:** Diskusi dan analisis studi kasus membantu peserta memahami strategi pemasaran yang sukses dan belajar dari pengalaman nyata.
  - **Pembahasan:** Diskusi interaktif dan studi kasus nyata meningkatkan keterlibatan peserta dan memberikan wawasan praktis yang berharga.

c. **Pendampingan dan Mentoring:**

- **Hasil:** Peserta menerima bimbingan individual selama sesi praktik, yang membantu mereka mengatasi tantangan yang dihadapi.
- **Pembahasan:** Pendampingan yang personal memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan perhatian yang cukup dan dapat memaksimalkan pembelajaran mereka.

d. **Penggunaan Alat dan Teknologi:**

- **Hasil:** Peserta berhasil menguasai penggunaan berbagai alat digital dan aplikasi yang relevan untuk pembuatan dan distribusi konten.
- **Pembahasan:** Penguasaan alat dan teknologi terbaru sangat penting untuk konten kreator dalam menghasilkan konten yang kompetitif dan berkualitas tinggi.

### 3. Kegiatan Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas pelatihan dan menentukan area yang perlu diperbaiki. Berikut adalah hasil dan pembahasannya:

a. **Evaluasi Peserta:**

- **Hasil:** Umpan balik dari peserta melalui kuesioner menunjukkan kepuasan yang tinggi terhadap materi dan instruktur. Tes sebelum dan sesudah pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta.
- **Pembahasan:** Evaluasi peserta memberikan gambaran jelas tentang peningkatan kompetensi mereka dan kepuasan terhadap program pelatihan.

b. **Evaluasi Kinerja:**

- **Hasil:** Analisis kinerja menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan konten berkualitas tinggi dan menjalankan kampanye pemasaran yang efektif.
- **Pembahasan:** Evaluasi kinerja membantu mengukur dampak langsung dari pelatihan terhadap kemampuan praktis peserta.



Gambar 4. Apresiasi kepada peserta yang mengikuti evaluasi kinerja

c. **Laporan dan Analisis:**

- **Hasil:** Laporan komprehensif yang merangkum hasil evaluasi menunjukkan kekuatan program pelatihan dan area yang perlu diperbaiki.
- **Pembahasan:** Laporan yang terstruktur dan analisis yang mendalam membantu dalam merencanakan program pelatihan lanjutan dan peningkatan di masa mendatang.

d. **Perbaikan dan Pengembangan:**

- **Hasil:** Berdasarkan umpan balik dan analisis, perbaikan dilakukan pada kurikulum dan metode pelatihan. Rencana untuk sesi pelatihan lanjutan juga disusun.

Proses perbaikan berkelanjutan memastikan bahwa program pelatihan tetap relevan dan efektif dalam mengembangkan keterampilan konten kreator.

## Kesimpulan

Pelatihan tematik bagi konten kreator yang dilaksanakan untuk membangun identitas digital dan meningkatkan pemasaran produk telah berjalan dengan baik dan mencapai hasil yang memuaskan. Berikut adalah poin-poin utama kesimpulan dari pelatihan ini:

1. **Tahap Persiapan:**

- Identifikasi kebutuhan pelatihan yang dilakukan melalui survei dan wawancara berhasil mengungkap keterampilan yang paling dibutuhkan oleh konten kreator, yaitu teknik videografi, editing konten, dan strategi pemasaran digital.
- Pengembangan kurikulum yang komprehensif dan melibatkan instruktur ahli memastikan materi pelatihan relevan dan berkualitas.
- Persiapan logistik dan infrastruktur yang memadai serta promosi dan pendaftaran yang efektif mendukung kelancaran pelaksanaan pelatihan.

2. **Tahap Pelaksanaan:**

- Sesi pembukaan dan orientasi yang jelas membantu peserta memahami tujuan dan manfaat pelatihan.
- Materi teori yang disampaikan memberikan dasar pengetahuan yang kuat bagi peserta, sementara sesi praktik langsung memungkinkan mereka untuk menguasai keterampilan teknis.
- Diskusi interaktif dan analisis studi kasus nyata meningkatkan pemahaman peserta tentang strategi pemasaran yang sukses.

- Pendampingan individual selama sesi praktik memastikan setiap peserta mendapatkan bimbingan yang diperlukan.
- Penguasaan alat dan teknologi terbaru oleh peserta meningkatkan kemampuan mereka dalam menghasilkan konten berkualitas tinggi.

### 3. Tahap Evaluasi:

- Evaluasi melalui kuesioner menunjukkan kepuasan yang tinggi dari peserta terhadap materi dan instruktur.
- Tes sebelum dan sesudah pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta.
- Analisis kinerja peserta menunjukkan bahwa mereka mampu menghasilkan konten berkualitas tinggi dan menjalankan kampanye pemasaran yang efektif.
- Laporan komprehensif dan analisis yang mendalam membantu mengidentifikasi kekuatan program dan area yang perlu diperbaiki, serta merencanakan perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang.

Secara keseluruhan, pelatihan tematik ini berhasil memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan oleh konten kreator untuk membangun identitas digital yang kuat dan meningkatkan efektivitas pemasaran produk mereka. Kegiatan persiapan yang matang, pelaksanaan yang terstruktur, dan evaluasi yang komprehensif berkontribusi pada keberhasilan program ini. Pelatihan lanjutan dan peningkatan berkelanjutan sangat dianjurkan untuk memastikan konten kreator terus berkembang sesuai dengan dinamika industri digital.

## Daftar Pustaka

- Anderson, J. (2018). The Impact of Content Creators on Digital Media. *Journal of Digital Marketing*, 6(2), 45-56.
- Brown, A., & Thomas, C. (2019). *Digital Marketing Strategies: Tactics for Online Success*. Routledge.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education Limited.
- Garcia, M. (2019). The Role of Content Creators in Influencing Consumer Behavior. *Journal of Consumer Research*, 45(3), 321-335.
- Johnson, S. (2018). *Collaborative Marketing: How Brands and Content Creators Can Work Together*. Palgrave Macmillan.
- Kotabe, M., & Helsen, K. (2020). *Global Marketing Management*. Wiley. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. Levitt, T (1980). Marketing Myopia. *Harvard Business Review*, 58(5), 45-56.
- Nguyen, H., et al. (2020). Building Brand Awareness through Digital Content Creation: Insights from Successful Content Creators. *Journal of Brand Management*, 27(4), 398-412.
- Smith, R. (2020). The Rise of Content Creators: Understanding Their Role in the Digital Landscape. *Journal of Media Studies*, 12(3), 201-215.