



PELATIHAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN PENGETAHUAN DAN KETERAMPILAN DALAM PEMASARAN KONTEN SEBAGAI PELUANG MENDAPATKAN PASSIVE INCOME BAGI KARANG TARUNA CIPTA RASA DAYA DI DESA KARANG SIDEMEN

Graphic Design Training as an Effort to Improve Knowledge and Skills In Content Marketing as an Opportunity For Earning Passive Income for The Cipta Rasa Daya Youth Organization In Karang Sidemen Villages

Fahmi Syuhada^{1*}, Joni Saputra², Marazaenal Adipta³, Randa Anggarista⁴, Danang Tejo Kumoro², M. Afriansyah¹, Syahrani Lonang², Ahmad Fatoni Dwi Putra¹, Asno Azzawagama Firdaus¹, Ramadhana Agung Pratama¹, Muhamad Yamin⁵

¹Ilmu Komputer Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu, ²Teknologi Informasi Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu, ³Pendidikan Ekonomi Koperasi Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu, ⁴Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu, ⁵Teknik Sipil Universitas Qamarul Huda Badaruddin Bagu

Jalan H. Badaruddin, Desa Bagu, Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat

*Alamat korespondensi: fahmisy@uniqhba.ac.id

(Tanggal Submission: 11 November 2024, Tanggal Accepted : 20 Mei 2025)



Kata Kunci :

Pemberdayaan masyarakat, ekonomi kreatif, pemasaran digital, pendapatan pasif, Adobe Illustrator, Shutterstock

Abstrak :

Kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pemuda di Desa Karang Sidemen, Lombok Tengah, dalam bidang ekonomi kreatif digital, khususnya melalui pemasaran konten digital yang dapat menghasilkan pendapatan pasif. Program PKM ini didukung oleh Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Masyarakat melalui program BIMA 2024. Kegiatan yang dilakukan meliputi sosialisasi konsep ekonomi kreatif dan pelatihan teknis penggunaan Adobe Illustrator, di mana peserta didorong untuk memasarkan kreasi mereka di platform seperti Shutterstock. Pengabdian kemitraan masyarakat ini berhasil meningkatkan keberdayaan mitra dalam aspek sosial kemasyarakatan dan manajemen. Dalam aspek sosial kemasyarakatan, Karang Taruna kini mampu menghasilkan karya digital secara mandiri menggunakan Adobe Illustrator, yang menjadi keterampilan baru bagi mereka dalam bidang desain grafis. Sementara itu, dalam aspek manajemen, Karang Taruna juga telah berhasil memasarkan hasil karya digital mereka melalui berbagai situs marketplace,

membuka peluang ekonomi baru dan meningkatkan kemandirian finansial. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa program yang dijalankan tidak hanya memberikan keterampilan teknis, tetapi juga memberdayakan mitra dalam mengelola dan memasarkan produk digital secara berkelanjutan. Selain itu, kegiatan ini melibatkan mahasiswa dalam skema Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM), yang memberikan mereka pengalaman belajar di luar kampus. Secara keseluruhan, program ini berhasil memberikan dampak positif terhadap literasi digital dan ekonomi kreatif di masyarakat dan diharapkan dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan ekonomi desa melalui pemberdayaan potensi lokal secara berkelanjutan.

Key word :

Community Empowerment, Digital Creative Economy, Passive Income, Adobe Illustrator Training, Digital Literacy

Abstract :

This community partnership empowerment programme aims to enhance the skills and knowledge of young people in Karang Sidemen Village, Central Lombok, in the field of digital creative economy, particularly through digital content marketing that generates passive income. This program is supported by the Directorate of Research, Technology, and Community Service through the BIMA 2024 initiative. Activities conducted include the dissemination of creative economy concepts and technical training on Adobe Illustrator, where participants are encouraged to market their creations on platforms such as Shutterstock. This community partnership program has successfully improved the empowerment level of its partners in both the social and managerial aspects. In terms of social empowerment, the local youth organization (Karang Taruna) has developed the ability to independently produce digital artworks using Adobe Illustrator, equipping them with new graphic design skills. From a managerial perspective, Karang Taruna successfully marketed its digital creations on various marketplace platforms, opening new economic opportunities and fostering financial independence. This success demonstrates that the programme not only provides technical skills but also empowers partners to manage and market digital products sustainably. Additionally, this initiative involves students under the Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM) framework, providing them with experiential learning opportunities beyond campus. Overall, the program has made a positive impact on digital literacy and the creative economy within the community and is expected to contribute to the village's economic sustainability by fostering the long-term development of local potential.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Syuhada, F., Saputra, J., Adipta, M., Anggarista, R., Kumoro, D. T., Afriansyah, M., Lonang, S., Putra, A. F. D., Firdaus, A. A., Pratama, R. A., & Yamin, M. (2025). Pelatihan Desain Grafis Sebagai Upaya Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Dalam Pemasaran Konten Sebagai Peluang Mendapatkan Passive Income Bagi Karang Taruna Cipta Rasa Daya di Desa Karang Sidemen. *Jurnal Abdi Insani*, 12(5), 2160-2175. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i5.2235>

PENDAHULUAN

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Sandiaga Salahudin Uno, menegaskan bahwa generasi muda Indonesia kini menjadi motor penggerak di sektor ekonomi kreatif. Ia menyatakan bahwa ekonomi kreatif memberikan peluang bagi pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan



menengah (UMKM) yang berkontribusi terhadap 97% lapangan pekerjaan dan memerlukan peningkatan sumber daya lebih lanjut. Sandiaga juga menyoroti peran penting pemuda dalam membangun ekonomi Indonesia melalui kreativitas dan inovasi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, t.t.). Berdasarkan Studi Industri Kreatif di Nusa Tenggara Barat (NTB), provinsi tersebut mengandalkan pariwisata sebagai sektor utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi berkualitas tinggi. Untuk mendukung hal tersebut, pengembangan industri kreatif yang kompetitif di NTB menjadi sangat penting. Adat istiadat setempat, warisan budaya, keterampilan masyarakat, dan sumber daya alam merupakan aset utama dalam mengembangkan industri kreatif yang unik yang menargetkan pasar khusus yang tertarik pada produk yang khas, eksotis, dan pengalaman unik (Eka, 2023).

Saat ini, sektor bisnis digital dalam ekonomi kreatif menawarkan berbagai macam kegiatan, termasuk pemasaran internet, pemasaran mesin pencari, optimasi mesin pencari, pemasaran media sosial, pemasaran konten, pemasaran afiliasi, periklanan daring, periklanan seluler, dan pemasaran email (Chakti, 2019). Pemasaran konten merupakan model bisnis digital yang berkembang pesat dan telah mendapatkan popularitas di antara banyak kelompok, termasuk kaum muda. Menurut data (Media, t.t.) tahun ini diperkirakan akan terjadi peningkatan 54% dalam model bisnis digital dalam bentuk pemasaran konten. Hal ini menunjukkan peluang yang menjanjikan bagi semua kelompok untuk memasuki bidang ini sebagai sarana menghasilkan pendapatan pasif.

Pemasaran konten adalah strategi pemasaran yang berfokus pada pembuatan, pendistribusian, dan promosi konten yang relevan, berharga, dan menarik bagi audiens target (Kenalan Dengan Pemasaran Konten, Mulai Dari Peran Hingga Konsepnya!, t.t.). Pemasaran kreasi desain grafis adalah bentuk pemasaran konten dan telah menjadi sumber pendapatan pasif yang berkembang pesat (Smith, 2020). Orang dapat menjual kreasi digital mereka, seperti gambar, video, atau audio, melalui situs web yang dikenal sebagai pasar (L. Johnson & Lee, 2019). Namun, di Lombok Tengah, ini masih menjadi topik baru bagi banyak orang (Budi & Setiawan, 2022). Memasuki model bisnis ini tidak selalu mudah atau langsung; diperlukan investasi awal yang signifikan dan manajemen yang baik (Tan, 2021). Bidang ini dapat diakses oleh semua orang, termasuk organisasi pemuda seperti Karang Taruna. Namun, titik awal yang paling penting adalah keterampilan untuk menghasilkan kreasi digital dan kemauan komunitas untuk tetap konsisten (Anderson, 2020).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kami merupakan skema Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat (PKM) dari BIMA 2024 yang mengusulkan program yang mengutamakan Ekonomi Kreatif di bidang Pemasaran Digital. Pemasaran Digital telah menjadi bentuk ekonomi digital yang populer, terutama di kalangan Milenial dan Generasi Z dalam beberapa tahun terakhir (Jones, 2021). Tujuan utamanya tidak hanya sebagai wadah untuk berekspresi secara kreatif, tetapi juga sebagai sarana untuk menghasilkan pendapatan pasif (Smith & Lee, 2020). Saat ini, banyak platform media yang tersedia untuk terlibat dalam bidang ini, seperti menjadi YouTuber atau TikTok—kegiatan yang akhir-akhir ini mendapatkan popularitas yang signifikan di kalangan anak muda (Chen, 2022). Namun, diperlukan rasa identitas dan ketahanan yang kuat, karena profil pribadi dibagikan secara publik dalam skala global secara daring (Anderson, 2019). Selain itu, masyarakat dapat menjual produk melalui platform e-commerce, yang saat ini telah banyak digunakan. Tokopedia, Shopee, Lazada, Bukalapak, dan situs sejenisnya menawarkan opsi e-commerce yang mudah diakses (Budi & Santoso, 2021). Namun, penjualan di platform ini sering kali memerlukan inventaris awal produk dan modal yang cukup besar (Tan, 2020).

Pilihan alternatif lainnya adalah pemasaran konten, di mana kreasi digital seperti logo, gambar, efek video, dan lainnya dapat dijual di situs web marketplace (Lee, 2020). Konten digital dapat diproduksi menggunakan aplikasi seperti Adobe Illustrator, yang dapat diakses bahkan oleh pemula (D. Johnson, 2021). Banyak marketplace yang tersedia untuk menjual kreasi digital, dengan Shutterstock menjadi contoh yang populer (Smith & Chen, 2019). Membuat konten digital tidak memerlukan modal yang besar, karena yang dibutuhkan hanya laptop (Tan & Wu, 2022). Bagi kelompok masyarakat seperti Karang Taruna Cipta Rasa Daya di Desa Karang Sidemen, ini dapat

menjadi usaha yang layak. Namun, berkecimpung di bidang ini membutuhkan pengetahuan dan keterampilan untuk menghasilkan karya yang berkualitas tinggi.

Karang Taruna Cipta Rasa Daya merupakan kelompok masyarakat yang berlokasi di Desa Sidemen, Kecamatan Batukliang, Kabupaten Lombok Tengah. Markas besarnya berada di kawasan wisata Danau Biru dan Sirkuit Internasional Lombok 459. Karang taruna ini diketuai oleh Randa Anggarista, M.Kom., dan anggotanya terdiri dari pemuda dan pemudi desa, dengan usia rata-rata 20-25 tahun. Karang taruna ini tergolong sangat aktif dan terlibat dalam berbagai kegiatan kemasyarakatan. Salah satu kegiatannya adalah bimbingan belajar bagi anak-anak sekolah dasar dan pembinaan perpustakaan daerah yang dikelola secara swadaya masyarakat. Komunikasi dalam kelompok ini terjalin dengan baik, dengan rapat-rapat rutin yang diadakan untuk mengkoordinasikan kegiatan.

Berdasarkan hasil diskusi antara tim dan mitra, isu prioritas yang diidentifikasi untuk PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan Pengetahuan dan Keterampilan: Sebagian anggota Karang Taruna Cipta Rasa Daya memiliki pemahaman yang minim tentang cara menggunakan Adobe Illustrator, sementara sebagian lainnya belum pernah menggunakannya sama sekali. Selain itu, platform seperti Shutterstock menjadi pengetahuan baru bagi banyak anggota.
2. Minimnya Dana untuk Perangkat Lunak Adobe Illustrator Legal: Biaya pembelian Adobe Illustrator secara legal relatif mahal, sehingga membuat anggota tidak dapat mengaksesnya. Namun, manfaat aplikasi ini sebanding dengan biayanya.
3. Ketahanan Mental dan Visibilitas: Menjadi kreator konten digital membutuhkan ketahanan mental yang kuat dan tingkat kenyamanan yang tinggi terhadap visibilitas publik, karena identitas pribadi akan dapat diakses secara global di internet. Hal ini dapat menjadi tantangan bagi individu yang belum sepenuhnya siap untuk mengekspos diri secara luas di dunia digital.

Bergelut di bidang ini membutuhkan konsistensi tingkat tinggi untuk membuat konten yang pada akhirnya dapat dipasarkan. Namun, potensi keuntungan finansial membuat upaya ini sepadan. Tantangan ekonomi yang dihadapi oleh anggota masyarakat, seperti pemuda di Karang Taruna Cipta Rasa Daya, dapat diatasi melalui model ini. Selain itu, model bisnis ini tangguh terhadap berbagai kondisi ekonomi, termasuk inflasi dan krisis seperti pandemi. Selama pandemi baru-baru ini, model bisnis digital terbukti berkelanjutan dan mudah beradaptasi, tetap layak bahkan dalam fase "normal baru" pasca pandemi.

Solusi yang diusulkan untuk mengatasi tantangan ini melibatkan penerapan dua aktivitas utama dengan organisasi mitra yang direpresentasikan pada Gambar 1. Aktivitas pertama adalah pengenalan umum tentang pemasaran digital dan cara memanfaatkannya untuk menghasilkan pendapatan pasif. Aktivitas kedua adalah sesi pelatihan langsung yang berfokus pada penggunaan Adobe Illustrator untuk membuat konten digital dan mengunggahnya ke pasar Shutterstock. Aktivitas ini bertujuan untuk membekali para anggota dengan pengetahuan teoritis dan keterampilan praktis untuk memaksimalkan potensi mereka dalam pembuatan konten digital.



Gambar 1. Solusi permasalahan kegiatan PKM yang diusulkan

METODE KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) Pemula ini dilaksanakan secara langsung di lokasi mitra di Desa Karang Sidemen, Kecamatan Batukliang Utara, Kabupaten Lombok Tengah. Kegiatan inti dari pengabdian masyarakat ini telah dilaksanakan pada tanggal 15 September sampai 27 Oktober 2024. Namun pelaksanaan perencanaan dari kegiatan ini sudah dilakukan pada bulan Juli 2024 mulai dari tahap persiapan (diskusi tim), perancangan draf buku panduan materi digital marketing, adobe illustrator dan shutterstock, kemudian dilanjutkan dengan mengadakan kegiatan focus group discussion (FGD) bersama mahasiswa, finalisasi buku materi dan pencetakan serta persiapan kebutuhan lain, kemudian kegiatan sosialisasi tentang digital marketing dan cara mendapatkan passive income yang dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan atau praktik langsung menggunakan adobe illustrator dan shutterstock, kemudian tahap terakhir yaitu pelaporan.. Pihak yang terlibat meliputi dosen, mahasiswa binaan dosen, dan pihak mitra yang diwakili oleh pemuda Karang Taruna. Tahapan/langkah pelaksanaan usulan kegiatan Pengabdian Masyarakat (PKM) Pemula sebagaimana yang dituangkan dalam proposal ini adalah sebagaimana pada Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Tahapan atau langkah-langkah pelaksanaan kegiatan PKM yang diusulkan

Gambar 2 merupakan alur dari kegiatan-kegiatan Pengabdian Kemitraan Masyarakat yang dilakukan. Secara detail tahapan atau langkah-langkah Pengabdian Masyarakat Pemula (PKM) yaitu seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Detail penjelasan kegiatan pengabdian yang dilakukan

No.	Tahapan	Detail Kegiatan
1.	 <p>Diskusi awal tim anggota dosen</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dosen Anggota Pengusul melakukan pertemuan untuk diskusi awal terkait kegiatan PKM yang akan dilakukan. 2. Dosen anggota pengusul mendata kebutuhan-kebutuhan yang akan diperlukan selama kegiatan 3. Pada diskusi ini juga melibatkan ketua karang taruna melalui survei langsung pada lokasi kegiatan
2.	 <p>Perancangan Draft Buku Panduan Materi Digital Marketing, Adobe Illustrator dan Shutterstock</p>	<ol style="list-style-type: none"> 3. Dosen anggota pengusul melakukan diskusi perancangan draft buku materi panduan yang digunakan selama pengabdian dengan judul “Menghasilkan uang dari Shutterstock dengan membuat desain logo menggunakan Adobe Illustrator”. 4. Dosen anggota pengusul terlebih dahulu mempraktikkan buku panduan yang telah dirancang sekaligus melakukan perbaikan dan pemeriksaan terhadapnya.
3.	 <p>Focus Group Discussion (FGD) dengan Mahasiswa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 5. Sosialisasi terkait kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat terhadap mahasiswa yang dilibatkan dan keterkaitannya dengan kegiatan MBKM. 6. Focus Group Discussion terhadap buku panduan yang telah disusun untuk dipraktikkan langsung oleh mahasiswa 7. Revisi tahap akhir buku panduan
4.	 <p>Finalisasi buku materi dan pencetakan serta persiapan kebutuhan lain</p>	<ol style="list-style-type: none"> 8. Finalisasi buku panduan dengan desain yang menarik 9. Pendaftaran HaKI Buku 10. Pencetakan buku panduan 11. Sosialisasi dengan mitra untuk persiapan acara 12. Persiapan kebutuhan kegiatan
5.	 <p>Sosialisasi tentang digital marketing dan cara mendapatkan passive income</p>	<ol style="list-style-type: none"> 13. Dosen dan Mahasiswa melakukan Kegiatan sosialisasi kepada mitra karang taruna tentang ekonomi digital – digital marketing dan cara memanfaatkannya untuk mendapatkan passive income
6.	 <p>Pelatihan praktik langsung Adobe Illustrator dan Shutterstock</p>	<ol style="list-style-type: none"> 14. Dosen dibantu mahasiswa Pelatihan praktik langsung membuat karya digital dengan Adobe Illustrator dan pemasarannya menggunakan marketplace Shutterstock – Mengikuti panduan yang sudah dibukukan dan dibagikan ke masing-masing anggota mitra karang taruna

7.	 <p>Pelaporan</p>	<ul style="list-style-type: none"> 15. Pembuatan Video Kegiatan 16. Pembuatan Laporan Kegiatan 17. Pembuatan Artikel kegiatan Pengabdian Masyarakat Pemula (PKM) 18. Pembuatan Artikel berita acara untuk media massa cetak/ koran 19. Publikasi Artikel di jurnal nasional terakreditasi 20. Publikasi artikel berita di media massa cetak/ koran
----	--	--

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan inti pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan tahap persiapan (diskusi tim), penyusunan buku panduan pemasaran digital, Adobe Illustrator, dan Shutterstock, yang dilanjutkan dengan diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan mahasiswa. Setelah buku panduan rampung dan dicetak serta menyiapkan bahan-bahan lain yang diperlukan, kegiatan dilanjutkan dengan sosialisasi pemasaran digital dan menghasilkan passive income, yang dilanjutkan dengan pelatihan langsung menggunakan Adobe Illustrator dan Shutterstock. Tahap akhir adalah pelaporan. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Karang Sidemen, Kecamatan Batukliang Utara, Kabupaten Lombok Tengah, dan diikuti oleh sebagian besar pengurus dan anggota Karang Taruna Cipta Rasa Daya di Desa Karang Sidemen.

1. Survei

Survei lokasi mitra dilakukan sebanyak dua kali, yaitu pada bulan Juni dan Juli. Dari survei pertama, tim memperoleh informasi bahwa Kecamatan Batukliang, Kabupaten Lombok Tengah, memiliki sekretariat di kawasan wisata Danau Biru dan dekat dengan Sirkuit Internasional Lombok 459. Organisasi kepemudaan yang diketuai oleh Randa Anggarista, M.Pd. ini beranggotakan pemuda dan pemudi dengan usia rata-rata 20-25 tahun. Organisasi ini sangat aktif dan rutin terlibat dalam kegiatan kemasyarakatan seperti bimbingan belajar anak SD dan mendukung perpustakaan swadaya masyarakat setempat. Komunikasi terjalin dengan baik, dengan rapat-rapat rutin yang diadakan untuk mengoordinasikan kegiatan. Selain itu, lokasi mitra merupakan desa wisata yang sudah dikenal di Lombok Tengah, dengan Danau Biru sebagai salah satu objek wisata yang paling diminati.



Gambar 3. Survey Lokasi Mitra dan Penjelasan Rencana Kegiatan kepada Ketua Karang Taruna

Gambar 3 merupakan kegiatan survei yang dilakukan bersama tim Pengabdian Kemitraan Masyarakat. Survei dilakukan pada Lumbung Literasi Perpustakaan Swadaya Desa Karang Sidemen yang juga dikelola oleh Randa Anggarista - Ketua Karang Taruna.



Gambar 4. Survei Lokasi Sosialisasi dan Pelatihan

Untuk survei kedua pada Gambar 4, ditemukan bahwa secara umum anggota Karang Taruna sudah mahir menggunakan internet untuk kegiatan sehari-hari. Selain itu, keterampilan komputer mereka juga cukup mumpuni, terutama dengan aplikasi standar seperti office software. Oleh karena itu, pengetahuan dan keterampilan content marketing sangat cocok untuk diterapkan di sini. Berdasarkan diskusi dengan mitra mengenai pemahaman mereka terhadap content marketing dan model bisnis pemasaran kreasi desain grafis, ditemukan beberapa tantangan mitra, antara lain:

- 1) Pemahaman yang terbatas tentang ekonomi kreatif.
- 2) Beberapa anggota aktif di platform e-commerce, tetapi tidak ada yang terlibat dalam pemasaran konten.
- 3) Hampir semua anggota memiliki gadget yang dapat digunakan untuk membuat konten digital untuk pemasaran konten, tetapi mereka kurang memiliki pengetahuan tentang cara memanfaatkannya secara efektif.
- 4) Beberapa anggota memiliki pengetahuan dasar desain grafis, tetapi pelatihan lanjutan diperlukan untuk menghasilkan karya digital yang cocok untuk pemasaran konten di platform pasar.

2. Kegiatan Pembukaan Pelatihan

Acara pembukaan kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 15 September 2024 dengan mengundang Kepala Desa Karang Sidemen, pengurus dan anggota Karang Taruna Cipta Rasa Daya, serta para siswa yang terlibat dalam kegiatan tersebut (Gambar 5). Dalam sambutannya, Kepala Desa Karang Sidemen menyampaikan, "Kami sangat mengapresiasi dan berterima kasih atas kegiatan pelatihan seperti ini. Terima kasih kepada seluruh tim yang telah memberikan pelatihan kepada para pemuda di desa kami, karena kami yakin pelatihan ini akan meningkatkan

keterampilan IT mereka, khususnya di bidang desain grafis, yang nantinya dapat menjadi sumber pendapatan pasif bagi masyarakat”.



Gambar 5. Sambutan Kepala Desa Karang Sidemen pada Acara Pembukaan

Dari pernyataan ini, jelas bahwa pemerintah desa sangat antusias dan menghargai kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh tim. Mereka sepenuhnya mendukung inisiatif ini, dengan menyadari potensinya untuk meningkatkan keterampilan sumber daya manusia, terutama generasi muda di Desa Karang Sidemen. Setelah acara pembukaan, tahap berikutnya melibatkan pelaksanaan sesi sosialisasi dan pelatihan langsung. Untuk sesi pelatihan, tim pengabdian masyarakat telah menugaskan peran spesifik kepada setiap pemateri atau instruktur, yang akan menyampaikan materi mereka kepada peserta selama pelatihan.

3. Kegiatan Sosialisasi Ekonomi Kreatif

Kegiatan sosialisasi ini bertemakan “Ekonomi Kreatif Digital - Pemasaran Digital dan Cara Memanfaatkannya untuk Menghasilkan Pendapatan Pasif” yang disampaikan oleh Marazaenal Adipta, S.Pd., M.Pd., salah satu anggota tim pengabdian kepada masyarakat dan dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi Koperasi Uniqhba. Sesi sosialisasi ini memberikan gambaran umum tentang ekonomi kreatif, pemasaran digital, dan bagaimana konsep-konsep tersebut dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan pendapatan pasif. Sebelum melakukan praktik langsung, para peserta diperkenalkan dengan konsep dasar ekonomi kreatif dan pemasaran digital. Sesi awal ini bertujuan untuk membekali para peserta dengan pemahaman dasar tentang konsep-konsep tersebut dan cara menerapkannya, serta mempersiapkan mereka untuk pelatihan praktik berikutnya.



Gambar 6. Sesi Ekonomi Kreatif Digital - Pemasaran Digital dan Cara Memanfaatkannya untuk Menghasilkan Pendapatan Pasif

Dalam sesi ini (Gambar 6), peserta diperkenalkan dengan konsep dasar ekonomi kreatif dan pemasaran digital sebagai landasan sebelum memasuki tahap praktik. Materi yang disampaikan mencakup berbagai peluang dan tantangan dalam ekonomi kreatif, teknik pemasaran digital yang efektif, serta pemanfaatan platform digital untuk mendukung penghasilan pasif. Pemahaman ini menjadi bekal penting bagi peserta sebelum mereka melakukan praktik langsung dalam mengembangkan dan memasarkan produk digital mereka. Dengan pendekatan ini, diharapkan peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam dunia nyata, sehingga dapat meningkatkan kemandirian ekonomi mereka.

4. Pelatihan Sesi 1: Pengenalan Adobe Illustrator

Sesi Pelatihan 1 (Gambar 1) mengangkat topik 'Pengenalan Adobe Illustrator dan Instalasi pada Perangkat Komputer', yang disampaikan oleh Danang Tejo Kumoro, S.T., M.Kom., Kepala Pusat Teknologi dan Informasi di Uniqhba. Sesi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai Adobe Illustrator, mulai dari konsep dasar hingga proses instalasi pada perangkat peserta.

Instruktur memandu peserta langkah demi langkah dalam proses instalasi, memastikan setiap peserta dapat mengakses dan menjalankan perangkat lunak dengan baik. Secara umum, peserta telah memiliki keterampilan dasar dalam pengoperasian komputer, sehingga proses instalasi dapat berjalan dengan lancar. Setelah berhasil menginstal Adobe Illustrator, peserta diperkenalkan dengan berbagai fitur utama, fungsi, serta manfaat penggunaan perangkat lunak ini dalam desain grafis dan ekonomi kreatif.



Gambar 7. Sesi Pengenalan Adobe Illustrator dan Instalasi pada Perangkat Komputer

Selain memahami teknis instalasi, peserta juga diberikan wawasan mengenai keunggulan Adobe Illustrator dibandingkan perangkat lunak lain, termasuk fleksibilitasnya dalam pembuatan desain vektor yang berkualitas tinggi. Sesi ini menjadi fondasi penting sebelum peserta memasuki tahap pelatihan lebih lanjut yang berfokus pada praktik desain dan pemasaran digital menggunakan Adobe Illustrator.

5. Pelatihan Sesi 2: Pengenalan Marketplace

Sesi pelatihan ini (Gambar 8) dipandu oleh Joni Saputra, M.Kom., dosen Program Ilmu Komputer di Uniqhba, yang membahas topik sosialisasi marketplace. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan pada berbagai platform marketplace, mulai dari konsep dasar hingga mekanisme penggunaannya dalam pemasaran digital.

Pelatihan ini bertujuan untuk membiasakan peserta dengan lanskap dan fungsi marketplace saat ini, sehingga mereka dapat memahami cara kerja ekosistem digital dalam transaksi jual beli. Selain itu, peserta diberikan wawasan tentang strategi pemasaran yang efektif, cara mengoptimalkan fitur platform, serta bagaimana memanfaatkan marketplace untuk memperoleh keuntungan finansial secara berkelanjutan. Dengan pemahaman ini, diharapkan peserta dapat mengembangkan keterampilan dalam menjual dan memonetisasi karya digital mereka melalui marketplace yang tersedia.



Gambar 8. Sesi Pelatihan tentang Penggunaan Marketplace

6. Pelatihan Sesi 3: Pelatihan Membuat Logo

Sesi Pelatihan 3, seperti yang ditunjukkan pada Gambar 9, mengangkat topik ‘Membuat Logo dengan Adobe Illustrator’, yang dipandu oleh M. Afriansyah, S.T., M.Kom., dosen Program Ilmu Komputer di Uniqhba. Sesi ini difokuskan pada pemahaman dan praktik langsung dalam proses pembuatan logo menggunakan Adobe Illustrator, mulai dari dasar hingga penerapan teknik desain yang lebih kompleks.

Peserta diberikan panduan langkah demi langkah dalam merancang logo secara mandiri dengan dukungan dari tutor. Mereka mempelajari berbagai elemen desain, seperti pemilihan bentuk, warna, tipografi, serta teknik manipulasi objek agar dapat menghasilkan logo yang profesional dan estetik. Melalui sesi ini, peserta tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam menggunakan Adobe Illustrator, tetapi juga didorong untuk mengembangkan kreativitas mereka dalam menciptakan logo yang sesuai dengan kebutuhan pasar.



Gambar 9. Sesi Pelatihan: Membuat Logo dengan Adobe Illustrator

Hasil logo yang telah dibuat oleh peserta ditunjukkan pada Gambar 10, yang menggambarkan berbagai variasi desain yang dihasilkan selama sesi pelatihan. Karya-karya ini mencerminkan pemahaman peserta terhadap teknik desain serta kreativitas mereka dalam menciptakan identitas visual yang menarik



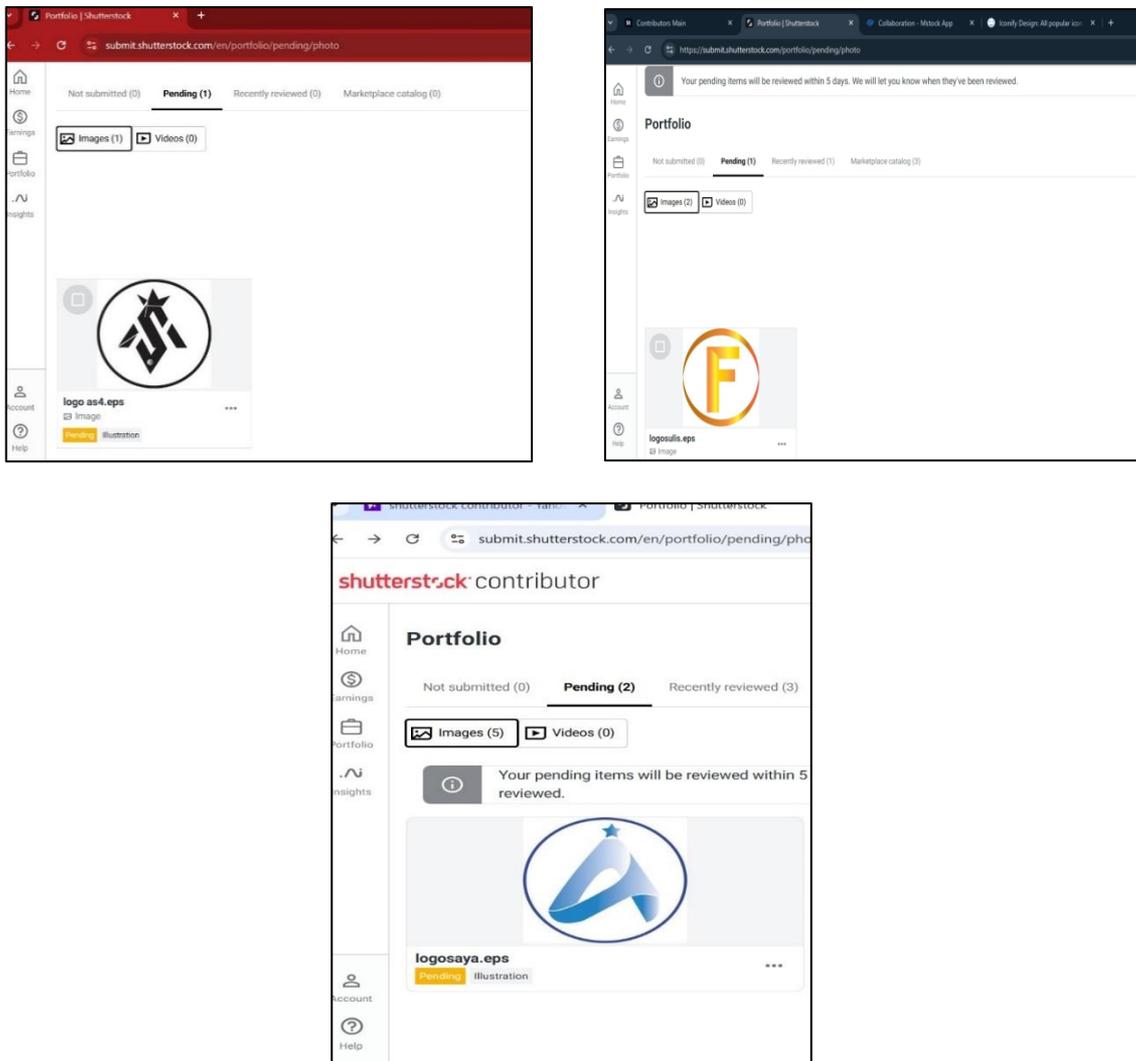
Gambar 10. Koleksi Logo yang Dibuat oleh Peserta

7. Pelatihan Sesi 4: Membuat Akun Shutterstock

Sesi terakhir dalam rangkaian pelatihan ini membahas proses pembuatan akun dan pengunggahan karya digital ke Shutterstock, yang dipandu oleh Fahmi Syuhada, S.T., M.Kom., dosen Program Ilmu Komputer di Uniqhba. Sesi ini dirancang untuk membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam memanfaatkan platform Shutterstock sebagai media pemasaran digital. Peserta diperkenalkan pada konsep dasar platform ini, termasuk peluang yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan pendapatan pasif melalui penjualan aset digital seperti logo, ilustrasi, dan desain grafis lainnya.

Selama sesi berlangsung, peserta diberikan panduan langkah demi langkah dalam membuat akun Shutterstock, mulai dari proses registrasi hingga verifikasi akun. Setelah akun berhasil dibuat, instruktur menjelaskan cara menavigasi platform, memahami kebijakan unggahan, serta menerapkan teknik optimasi agar karya mereka lebih mudah ditemukan oleh calon pembeli. Fokus utama pelatihan ini adalah memberikan pemahaman praktis tentang cara mengunggah logo yang telah mereka buat sebelumnya, sehingga setiap peserta dapat langsung mempraktikkan materi yang telah dipelajari. Hasil akun yang telah dibuat oleh peserta ditunjukkan pada Gambar 11, yang memperlihatkan tampilan akun Shutterstock mereka setelah berhasil melalui proses registrasi dan verifikasi.

Di akhir pelatihan, semua peserta telah berhasil membuat akun dan memahami prosedur unggahan di Shutterstock. Mereka juga mendapatkan wawasan mengenai strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan daya jual karya mereka di marketplace global. Dengan pemahaman ini, peserta diharapkan dapat secara mandiri mengembangkan portofolio digital mereka dan mulai meraih manfaat ekonomi dari keterampilan yang telah mereka peroleh selama program pelatihan.



Gambar 11. Akun Shutterstock dari Peserta Terpilih

8. Kegiatan Penutupan Pelatihan

ada kegiatan penutup, tim pengabdian menyiapkan berbagai materi sebagai bentuk dokumentasi dan apresiasi kepada mitra atas partisipasi mereka dalam program ini. Salah satu bentuk penghargaan yang diberikan adalah sertifikat kepesertaan bagi anggota Karang Taruna Cipta Rasa Daya Desa Karang Sidemen, yang telah mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dengan baik. Sertifikat ini tidak hanya menjadi bukti keikutsertaan, tetapi juga diharapkan dapat menjadi motivasi bagi peserta untuk terus mengembangkan keterampilan mereka dalam bidang ekonomi kreatif digital.

Selain sertifikat, tim pengabdian juga menyerahkan materi pelatihan dalam bentuk digital dan cetak yang mencakup panduan penggunaan Adobe Illustrator, strategi pemasaran digital, serta cara mengoptimalkan platform Shutterstock untuk menghasilkan pendapatan pasif. Materi ini dirancang agar dapat digunakan sebagai referensi bagi peserta dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama pelatihan, baik untuk kepentingan pribadi maupun komunitas mereka.

Sebagai bentuk dokumentasi, hasil sertifikat kepesertaan yang telah disiapkan oleh tim pengabdian ditunjukkan pada Gambar 12. Dengan adanya dokumentasi ini, diharapkan program yang telah dilaksanakan dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi mitra, serta mendorong

lebih banyak pemuda di desa untuk mengembangkan keterampilan mereka dalam ekonomi digital.



Gambar 12. Presentasi Sertifikat Pelatihan kepada Peserta

KESIMPULAN DAN SARAN

Program Sosialisasi dan Pelatihan Desain Grafis sebagai Upaya Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan dalam Pemasaran Konten untuk Menghasilkan Passive Income telah berhasil dilaksanakan bersama Karang Taruna Cipta Rasa Daya di Desa Karang Sidemen. Program ini bertujuan untuk meningkatkan level keberdayaan mitra dalam dua aspek utama, yaitu sosial kemasyarakatan dan manajemen. Dalam aspek sosial kemasyarakatan, Karang Taruna berhasil mengembangkan keterampilan dalam menghasilkan karya digital menggunakan Adobe Illustrator. Peserta mampu memahami dan menerapkan teknik desain grafis secara mandiri, memungkinkan mereka untuk menciptakan berbagai produk digital yang memiliki nilai ekonomi. Dari sisi manajemen, Karang Taruna mampu memasarkan hasil karya digital mereka di berbagai situs marketplace, seperti Shutterstock. Peserta memahami prosedur unggahan, strategi pemasaran digital, serta cara mengoptimalkan platform untuk meningkatkan potensi pendapatan pasif. Dengan keterampilan yang telah diperoleh, diharapkan peserta dapat secara mandiri mengembangkan usaha berbasis ekonomi digital dan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan peluang ekonomi yang berkelanjutan. Program ini juga diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan bagi komunitas lain dalam mengembangkan potensi lokal melalui pemanfaatan ekonomi kreatif digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terlaksananya kegiatan Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat dengan lancar. Dengan penuh rasa syukur, kami sampaikan terima kasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Masyarakat, Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, atas dukungan yang diberikan melalui program hibah BIMA 2024, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, S. (2019). Identity and resilience in the digital space. *Community Media Journal*, 8(1), 45–59.
- Anderson, S. (2020). Consistency in content creation for community development. *Community Media Journal*, 8(1), 33–50.
- Budi, A., & Santoso, R. (2021). E-commerce adoption in Indonesian communities. *Indonesian Journal of E-Commerce*, 12(3), 67–78.
- Budi, A., & Setiawan, R. (2022). Content marketing potential in Central Lombok. *Indonesian Journal of Creative Industries*, 10(2), 45–55.
- Chakti, G. (2019). *The book of digital marketing: Buku pemasaran digital* (Vol. 1). Makassar: Celebes Media Perkasa.
- Chen, L. (2022). The rise of social media influencers among Generation Z. *International Journal of Social Media Studies*, 17(2), 134–148.
- Eka, S. W. (2023). *Kajian industri kreatif NTB yang berdaya saing*. NTB Ekonomi Kreatif.
- Johnson, D. (2021). *Digital design for beginners: An Adobe Illustrator guide*. Graphic Design Press.
- Johnson, L., & Lee, M. (2019). Digital marketplaces and the creative economy. *Journal of Digital Business*, 15(3), 120–135.
- Jones, M. (2021). Digital marketing and the millennial generation. *Journal of Digital Economy*, 20(4), 215–230.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (n.d.). Siaran pers: Menparekraf: “ICREFS 2023” jadi pemacu ekonomi kreatif Indonesia. *ICREFS*.
- Kenalan dengan content marketing, mulai dari peranan hingga konsepnya! (n.d.). *Universitas Bakrie*. <https://www.bakrie.ac.id> (URL ditambahkan bila tersedia)
- Lee, M. (2020). Content marketing in the digital age. *Journal of Digital Marketing*, 15(2), 134–148.
- Media, S. (n.d.). *155 must-know content marketing statistics for 2024*. <https://www.sumbermedia.com> (URL ditambahkan bila tersedia)
- Smith, J. (2020). *The rise of content marketing*. New York: Marketing Press.
- Smith, J., & Chen, L. (2019). Marketplaces for digital content: An emerging trend. *International Journal of Creative Economy*, 10(3), 67–82.
- Smith, J., & Lee, D. (2020). *Creative economies and passive income generation*. London: Digital Media Press.
- Tan, M. (2020). *Building an e-commerce business: A guide for beginners*. Singapore: E-commerce Essentials.
- Tan, M. (2021). *Investing in digital content creation*. San Francisco: Creative Economy Press.
- Tan, M., & Wu, J. (2022). Low-cost entry into digital content creation. *Journal of Economic Innovation*, 7(1), 25–40.