



PELATIHAN PENGGUNAAN APLIKASI CAPCUT VERSI WEB DALAM PEMBUATAN KONTEN MARKETING BAGI PARA PENGRAJIN SEPATU DI KOMUNITAS SEPATU CIBADUYUT

Training on Using The Web Version of The Capcut Application in Creating Marketing Content for Shoe Craftsmen in The Cibaduyut Shoe Community

Arie Hendra Saputro*, Rizki Surya Tawaqal, Recky, Andhika Mochamad Siddiq, Ridlwan Muttaqin

Universitas Indonesia Membangun

Soekarno-Hatta St. No. 448, Batununggal, Bandung Kidul, Bandung City, West Java 40266

*Alamat Korespondensi : arie.hendra@inaba.ac.id

(Tanggal Submission: 7 Januari 2025, Tanggal Accepted : 23 April 2025)



Kata Kunci :

Konten Marketing, Capcut Web, Sosial Media

Abstrak :

Di era digital, konten menjadi alat pemasaran strategis yang mendukung industri sepatu dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing. Komunitas Sepatu Cibaduyut menghadapi tantangan dalam pembuatan konten marketing yang efektif akibat keterbatasan literasi digital. Pelatihan penggunaan aplikasi CapCut versi web menjadi solusi untuk membantu mereka menghasilkan konten berkualitas. CapCut menawarkan fitur pengeditan video yang mudah digunakan, memungkinkan pengrajin menciptakan materi promosi menarik. Dengan distribusi melalui media sosial, konten ini dapat meningkatkan brand awareness dan menarik pelanggan potensial, mendukung pertumbuhan industri sepatu lokal secara lebih optimal. Kegiatan ini menggunakan metode demonstrasi interaktif, hands-on, dan modular untuk melatih komunitas Sepatu Cibaduyut dalam pembuatan konten marketing. Selama 20 hari, pelatihan ini mencakup pengenalan masalah, sosialisasi, pelatihan teknis, pendampingan, dan praktik langsung, membantu mereka memasarkan produk secara mandiri dengan aplikasi CapCut versi web. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di komunitas sepatu Cibaduyut berhasil meningkatkan keterampilan digital peserta dalam pembuatan konten marketing menggunakan CapCut. Peserta kini mampu menciptakan video promosi berkualitas dengan efek visual, musik, teks, dan animasi yang menarik. Hasilnya, strategi pemasaran digital mereka lebih efektif, memperluas jangkauan pasar, dan mengurangi ketergantungan pada metode konvensional. Selain itu, kegiatan ini memperkuat kolaborasi komunitas dalam



mempromosikan sepatu Cibaduyut sebagai produk lokal yang kompetitif di pasar global, mendukung pertumbuhan UMKM melalui inovasi digital.

Key word :

*Marketing
Content, Capcut
Web. Social
Media*

Abstract :

In the digital era, content has become a strategic marketing tool that enhances the visibility and competitiveness of the footwear industry. The Cibaduyut Footwear Community faces challenges in creating effective marketing content due to limited digital literacy. Training in the use of the CapCut web version provides a solution to help them produce high-quality content. CapCut offers user-friendly video editing features, enabling artisans to create engaging promotional materials. Through social media distribution, this content can increase brand awareness and attract potential customers, optimizing the growth of the local footwear industry. This initiative employs interactive demonstration, hands-on, and modular methods to train the Cibaduyut Footwear Community in content marketing. Over a 20-day training period, participants engage in problem identification, socialization, technical training, mentoring, and hands-on practice, equipping them to market products independently using the CapCut web application. The Community Service Program (PKM) in the Cibaduyut footwear community has successfully enhanced participants' digital skills in content marketing using CapCut. Participants can now produce high-quality promotional videos with compelling visual effects, music, text, and animations. As a result, their digital marketing strategies have become more effective, expanding market reach and reducing reliance on conventional methods. Additionally, this initiative strengthens community collaboration in promoting Cibaduyut footwear as a competitive local product in the global market, supporting MSME growth through digital innovation.

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

Saputro, A. H., Tawaqal, R. S., Recky, R., Siddiq, A. M., & Muttaqin, R. (2025). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Capcut Versi Web dalam Pembuatan Konten Marketing Bagi Para Pengrajin Sepatu di Komunitas Sepatu Cibaduyut. *Jurnal Abdi Insani*, 12(4), 1559-1574. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i4.2399>

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, konten bukan lagi sekadar sarana berbagi informasi, melainkan telah menjadi alat pemasaran yang strategis dan efektif. Terutama dalam industri sepatu, konten yang menarik dan relevan berperan penting untuk memperkenalkan desain, kualitas, dan nilai unik produk kepada audiens. Dengan persaingan yang semakin ketat, keberadaan konten yang kreatif dan konsisten mampu meningkatkan visibilitas merek, membangun kepercayaan pelanggan, dan mendorong keputusan pembelian. Tanpa strategi konten yang solid, bahkan produk berkualitas tinggi bisa terlewatkan oleh pasar, menjadikan konten sebagai elemen yang tak dapat diabaikan dalam upaya mendongkrak penjualan dan memastikan keberhasilan. Untuk membuat konten marketing yang efektif dalam mendukung penjualan sepatu, khususnya di Bandung, langkah pertama adalah menentukan tujuan utama, seperti meningkatkan brand awareness, menarik pelanggan baru, atau meningkatkan penjualan di wilayah tersebut. Selanjutnya, pahami audiens lokal melalui riset yang mencakup gaya hidup, preferensi fesyen, dan kebutuhan konsumen di Bandung, seperti tren penggunaan sepatu kasual atau formal di kalangan anak muda maupun pekerja. Lakukan analisis



pasar untuk mengetahui tren sepatu yang sedang populer dan strategi pesaing di area Bandung. Berdasarkan hasil riset, pilih format konten yang relevan, seperti video pendek untuk media sosial, ulasan produk melalui blog, atau foto produk yang menonjolkan desain unik dengan latar khas Bandung, seperti alun-alun atau spot ikonik lainnya. Pastikan pesan utama konten menyoroti keunggulan sepatu, seperti kenyamanan, kualitas, atau desain yang sesuai dengan gaya Bandung yang santai namun tetap stylish.

Buat rencana konten secara terjadwal, misalnya memanfaatkan momen tertentu seperti Car Free Day di Dago atau festival lokal untuk menampilkan produk secara langsung. Fokus pada produksi konten berkualitas tinggi, dengan visual menarik dan storytelling yang menggambarkan bagaimana sepatu ini melengkapi keseharian warga Bandung. Gunakan strategi SEO lokal dengan kata kunci seperti "sepatu trendy di Bandung" atau "sepatu nyaman untuk jalan-jalan di Lembang" agar konten lebih mudah ditemukan di pencarian. Setelah konten diproduksi, distribusikan melalui media sosial populer di Bandung, seperti Instagram atau TikTok, serta platform lokal yang sering diakses. Gunakan iklan berbayar untuk menjangkau audiens yang lebih luas di area ini. Terakhir, evaluasi performa konten secara berkala dengan memantau interaksi, jumlah klik, dan penjualan yang dihasilkan, lalu gunakan data tersebut untuk mengembangkan strategi konten yang lebih efektif dalam menarik perhatian pasar Bandung.

Melihat peranan dan urgensi konten begitu kuat dalam aktivitas pemasaran penulis dapat menjabarkan manfaat dari konten. Kontent marketing memiliki berbagai manfaat signifikan dalam dunia pemasaran. Menurut penelitian yang dipublikasikan dalam *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services* (2021), pembuatan content marketing dapat membangun brand awareness melalui konsistensi publikasi, keunikan, dan pemilihan media yang tepat. Selain itu, content marketing juga dapat meningkatkan minat beli konsumen. Studi yang diterbitkan dalam *I'thisom: Jurnal Ekonomi Syariah* (2024) menunjukkan bahwa konsumen tertarik karena konten yang dibuat dapat menyajikan kebutuhan atau kepentingan yang mereka cari.

Lebih lanjut, penggunaan strategi content marketing bertujuan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan cara konsisten membuat dan mengurasi konten-konten bernilai dan relevan, yang pada akhirnya dapat mendorong tindakan pelanggan yang menghasilkan keuntungan. Hal ini dijelaskan dalam penelitian yang dipublikasikan dalam *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi* (2017). Penelitian lain yang diterbitkan dalam *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)* (2024) menunjukkan bahwa content marketing berperan dalam menumbuhkan kesadaran merek (brand awareness) suatu produk, khususnya melalui platform Instagram. Selain itu, studi dalam *Jurnal Ekonomi Syariah* (2024) menekankan bahwa content marketing dapat membangun brand awareness melalui konsistensi publikasi, keunikan, dan pemilihan media yang tepat, sehingga konsumen menjadi lebih sadar terhadap merek pelaku usaha.

Dengan demikian, content marketing berperan penting dalam membangun brand awareness, meningkatkan minat beli konsumen, dan mempertahankan pelanggan melalui penyediaan konten yang bernilai dan relevan.

Melihat kegunaan konten begitu banyak manfaat yang di dapatkan, maka tugas kita sebagai tim pengabdian kepada Masyarakat adalah membantu komunitas Sepatu cibaduyut untuk merealisasikannya menjadi suatu keterampilan yang dapat diterapkan dan menghasilkan sebuah konten. Konten dapat di buat dan dihasilkan dengan menggunakan alat bantu atau aplikasi. Salah satu aplikasi yang mudah di gunakan adalah aplikasi capcut versi web. CapCut adalah aplikasi pengeditan video yang populer dan mudah digunakan, menawarkan berbagai fitur yang memudahkan pengguna dalam membuat konten berkualitas. Menurut penelitian oleh Ispratiwi dan Mellisa (2023), CapCut memudahkan pengeditan berbagai jenis video, sehingga banyak digunakan oleh kreator konten, termasuk YouTuber.

Selain itu, Deriyan dan Nurmaidina (2022) menyatakan bahwa CapCut dapat digunakan untuk membuat animasi digital yang mendukung pembelajaran daring. Dalam konteks pendidikan, aplikasi

ini membantu guru dalam membuat video pembelajaran yang menarik dan interaktif, seperti yang diungkapkan oleh peneliti dalam *Jurnal Edukasi* (2023). Penelitian lain oleh Dinata (2022) menunjukkan bahwa fitur-fitur dalam CapCut dapat meningkatkan kreativitas desain audio visual di kalangan remaja. Dengan demikian CapCut juga digunakan sebagai media pembelajaran dalam pembuatan tugas video pada mahasiswa, membantu mereka menghasilkan konten yang lebih menarik dan profesional. Secara keseluruhan, CapCut dianggap sebagai alat yang efektif dalam pembuatan konten digital, baik untuk keperluan pemasaran maupun pendidikan.

Penggunaan aplikasi capcut versi web membantu komunitas Sepatu cibaduyut dalam pembuatan konten. Hasil konten tersebut nantinya akan di distribusikan melalui sosial media. Menurut Philip Kotler (2017:134) menyatakan bahwa Media sosial memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan secara real-time, memberikan pengalaman yang lebih personal dan membangun hubungan jangka panjang yang meningkatkan loyalitas dan konversi penjualan. Gary Vaynerchuk (2013: 45) menyatakan bahwa dengan jutaan pengguna aktif setiap hari, media sosial adalah alat paling efektif untuk meningkatkan kesadaran merek. Keberadaan yang konsisten dan konten yang relevan dapat memperluas visibilitas merek dan menarik lebih banyak pelanggan potensial. Andrew Kaplan & Michael Haenlein (2010:64) menyatakan bahwa Platform media sosial menyediakan alat penargetan berbasis data yang memungkinkan pemasaran lebih spesifik kepada segmen pelanggan tertentu, yang secara signifikan meningkatkan efisiensi dan ROI dari kampanye pemasaran. David Chaffey & Fiona Ellis-Chadwick (2017:210) menyatakan bahwa Ulasan pelanggan, rekomendasi, dan testimoni di media sosial menciptakan kepercayaan di kalangan konsumen, yang merupakan faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian. Tariq Khan (2021: 98) menyatakan bahwa Media sosial memberikan data yang berharga tentang perilaku konsumen. Analitik ini dapat digunakan untuk memahami kebutuhan pelanggan dan mengembangkan strategi penjualan yang lebih efektif.

Berdasarkan pendapat para ahli, media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi platform strategis untuk meningkatkan penjualan melalui pendekatan konten marketing. Strategi konten marketing yang efektif memanfaatkan kreativitas dalam menciptakan video pendek, infografis, dan narasi yang menarik untuk menjangkau audiens lebih luas. Dalam konteks ini, aplikasi seperti CapCut memberikan kontribusi besar dengan kemudahan pengeditan video yang profesional namun tetap terjangkau bagi semua kalangan, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM).

CapCut memungkinkan pembuatan konten yang dinamis, seperti video promosi, tutorial produk, atau ulasan pelanggan, yang dapat dibagikan di berbagai platform media sosial. Dengan alat-alat seperti transisi yang menarik, teks animasi, dan efek audio visual, CapCut membantu bisnis menciptakan konten yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga meningkatkan keterlibatan audiens. Pendekatan ini sejalan dengan pendapat para ahli tentang pentingnya menyajikan konten relevan untuk meningkatkan kepercayaan, membangun hubungan jangka panjang, dan mendorong keputusan pembelian. Dengan integrasi konten marketing yang memanfaatkan teknologi seperti CapCut, perusahaan dapat memaksimalkan potensi media sosial sebagai sarana membangun merek, meningkatkan visibilitas, dan mencapai target penjualan yang lebih tinggi secara efisien

Permasalahan yang dihadapi Komunitas Sepatu cibaduyut adalah ingin memiliki keterampilan membuat konten dengan menggunakan aplikasi capcut web. Komunitas Sepatu cibaduyut memiliki motivasi tinggi untuk dapat memiliki keterampilan membuat konten. Keterbatasan literasi pembuatan konten, dasar pembuatan konten dan produksi konten.

Berdasarkan deskripsi permasalahan Komunitas SEKMA Cinangsih yang diuraikan di atas dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan Komunitas Sepatu Cibaduyut

No	Permasalahan Mitra	Keterangan
1.	Belum memahami konsep dasar konten sebagai alat marketing	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya Pemahaman tentang Tujuan Konten Marketing 2. Minimnya Pengetahuan tentang Audiens 3. Ketergantungan pada Promosi Langsung 4. Kurangnya Kemampuan dalam Produksi Konten
2.	Belum mencoba menggunakan aplikasi capcut versi web sebagai alat bantu pembuatan konten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya Kesadaran tentang Fitur dan Kemudahan CapCut Web 2. Ketergantungan pada Metode Tradisional 3. Ketakutan akan Kurva Pembelajaran 4. Kurangnya Eksperimen dalam Pembuatan Konten
3.	Belum memanfaatkan sosial media sebagai wadah dalam memanfaatkan konten yang telah diproduksi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya Pemahaman tentang Peran Media Sosial 2. Minimnya Pengetahuan tentang Platform yang Tepat 3. Ketidakteraturan dalam Distribusi Konten 4. Kurangnya Fokus pada Interaksi
4.	Belum dapat mengintegrasikan antara kebutuhan produksi Sepatu, konten marketing dan penggunaan sosial media	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurangnya Kolaborasi antar Divisi 2. Tidak Adanya Rencana Strategis yang Terpadu 3. Minimnya Pemahaman tentang Branding yang Konsisten 4. Kurangnya Pemanfaatan Data Pelanggan

Berikut ini adalah uraian berkenaan dengan permasalahan komunitas Sepatu cibaduyut;

1. Belum memahami konsep dasar konten sebagai alat marketing

Masalah belum memahami konsep dasar konten sebagai alat marketing sering menjadi kendala bagi banyak pelaku bisnis, terutama di era digital. Konten marketing adalah strategi pemasaran yang berfokus pada pembuatan dan distribusi konten yang bernilai, relevan, dan konsisten untuk menarik serta mempertahankan audiens yang jelas, dengan tujuan mendorong tindakan yang menguntungkan bagi bisnis. Ketidaktahuan mengenai konsep ini dapat menghambat efektivitas strategi pemasaran, karena konten menjadi salah satu elemen kunci dalam membangun hubungan dengan konsumen di platform digital.

Penyebab masalahnya adalah

a) Kurangnya Pemahaman tentang tujuan Konten Marketing.

Banyak bisnis yang membuat konten tanpa mengetahui tujuan utamanya, seperti meningkatkan brand awareness, membangun kepercayaan, atau mendorong konversi. Hal ini menyebabkan konten yang dihasilkan kurang relevan atau tidak sesuai dengan kebutuhan audiens.

b) Minimnya Pengetahuan tentang Audiens

Pemahaman yang dangkal mengenai audiens target membuat konten menjadi tidak efektif, karena tidak menjawab kebutuhan, masalah, atau preferensi mereka.

- c) Ketergantungan pada Promosi Langsung
Sebagian bisnis masih menganggap konten hanya sebagai alat untuk promosi langsung. Padahal, konten marketing lebih mengutamakan memberikan nilai terlebih dahulu, sehingga konsumen merasa percaya dan terhubung dengan merek.
- d) Kurangnya Kemampuan dalam Produksi Konten
Tidak semua pelaku bisnis memiliki keterampilan atau akses ke alat-alat yang dibutuhkan untuk membuat konten yang berkualitas. Hal ini membuat konten terlihat kurang profesional dan tidak menarik perhatian audiens.

2. Belum Mencoba Menggunakan Aplikasi CapCut Versi Web sebagai Alat Bantu Pembuatan Konten

Ketidaksediaan untuk mencoba aplikasi CapCut versi web sering menjadi hambatan bagi banyak pelaku bisnis atau pembuat konten dalam memaksimalkan strategi konten marketing mereka. CapCut versi web adalah alat pengeditan video berbasis browser yang dirancang untuk mempermudah pembuatan konten berkualitas tinggi dengan fitur-fitur yang intuitif dan canggih. Namun, kurangnya eksplorasi terhadap alat ini sering kali mengakibatkan bisnis kehilangan peluang untuk menciptakan konten yang lebih menarik dan profesional.

Penyebab Masalah:

- e) Kurangnya Kesadaran tentang Fitur dan Kemudahan CapCut Web
Banyak pelaku bisnis atau kreator konten yang belum mengetahui bahwa CapCut memiliki versi berbasis web dengan fitur yang hampir sama lengkapnya dengan aplikasi seluler, seperti pengeditan video, transisi, dan efek visual.
 - f) Ketergantungan pada Metode Tradisional
Beberapa pengguna masih bergantung pada perangkat lunak pengeditan yang lebih kompleks atau memakan waktu, sehingga enggan mencoba alat yang lebih sederhana seperti CapCut web.
 - g) Ketakutan akan Kurva Pembelajaran
Ada anggapan bahwa aplikasi pengeditan video memerlukan keterampilan teknis tinggi, padahal CapCut dirancang dengan antarmuka yang ramah pengguna, bahkan untuk pemula.
 - h) Kurangnya Eksperimen dalam Pembuatan Konten
Pelaku bisnis atau kreator yang belum mencoba platform ini mungkin merasa cukup dengan konten yang sudah mereka buat tanpa mengeksplorasi kemungkinan untuk meningkatkan kualitasnya menggunakan alat bantu yang lebih efisien.
- ## 3. Belum Memanfaatkan Media Sosial sebagai Wadah untuk Menggunakan Konten yang Telah Diproduksi

Ketidakmampuan atau keengganan untuk memanfaatkan media sosial sebagai wadah utama distribusi konten yang telah diproduksi menjadi salah satu kendala dalam strategi pemasaran digital. Media sosial, seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan LinkedIn, adalah platform yang dirancang untuk menjangkau audiens yang luas dengan cepat dan efisien. Namun, kurangnya pemanfaatan ini dapat mengurangi potensi konten dalam menarik perhatian, membangun kesadaran merek, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen.

Penyebab Masalah:

- a) Kurangnya Pemahaman tentang Peran Media Sosial
Beberapa pelaku bisnis belum memahami bahwa media sosial bukan hanya sarana untuk mempublikasikan konten, tetapi juga alat strategis untuk menjalin komunikasi dan membangun hubungan dengan audiens.
- b) Minimnya Pengetahuan tentang Platform yang Tepat
Tidak semua orang tahu platform mana yang paling sesuai dengan target audiens mereka, sehingga konten yang telah diproduksi tidak mencapai audiens yang relevan.

c) Ketidakteraturan dalam Distribusi Konten

Banyak konten yang telah diproduksi tidak diunggah secara konsisten di media sosial, sehingga gagal memanfaatkan algoritma platform yang mendorong visibilitas.

d) Kurangnya Fokus pada Interaksi

Media sosial sering kali dipandang sebagai saluran satu arah untuk berbagi konten, tanpa mempertimbangkan pentingnya membangun dialog atau mendapatkan umpan balik dari audiens.

4. Belum Dapat Mengintegrasikan antara Kebutuhan Produksi Sepatu, Konten Marketing, dan Penggunaan Media Sosial

Ketidakmampuan untuk mengintegrasikan kebutuhan produksi sepatu, konten marketing, dan penggunaan media sosial merupakan salah satu tantangan dalam memaksimalkan strategi pemasaran modern. Integrasi ini seharusnya menjadi elemen utama dalam menciptakan sinergi antara produk, pesan pemasaran, dan distribusi konten. Ketidakselarasan di antara ketiga elemen ini dapat menghambat efisiensi operasional dan efektivitas strategi pemasaran, yang pada akhirnya mengurangi potensi pertumbuhan bisnis.

Penyebab Masalah

a) Kurangnya Kolaborasi antar Divisi

Divisi produksi sering kali bekerja secara terpisah dari tim pemasaran, sehingga kebutuhan atau keunggulan produk tidak terkomunikasikan dengan baik dalam konten marketing.

b) Tidak Adanya Rencana Strategis yang Terpadu

Tanpa strategi yang menghubungkan proses produksi, promosi konten, dan distribusi di media sosial, setiap elemen bekerja secara silo, mengurangi dampak keseluruhan.

c) Minimnya Pemahaman tentang Branding yang Konsisten

Konten marketing yang dibuat tidak mencerminkan keunggulan atau identitas produk, seperti bahan, desain, atau keunikan sepatu, sehingga pesan merek menjadi tidak kuat.

d) Kurangnya Pemanfaatan Data Pelanggan

Data dari media sosial atau umpan balik pelanggan tidak digunakan untuk menyelaraskan kebutuhan produksi dengan preferensi konsumen, sehingga produk dan konten yang dihasilkan mungkin tidak relevan.

Setelah mengobservasi langsung keadaan komunitas Sepatu cibaduyut maka dapat memberikan Gambaran bahwa perlu adanya sosialisasi, pendampingan dan pelatihan dalam pembuatan konten melalui aplikasi capcut web. Dengan adanya rancangan dan implimentasi pengabdian masyarakat ini diharapkan Komunitas Sepatu cibaduyut dapat memiliki keterampilan dalam pembuatan konten melalui aplikasi capcut web demi memiliki peningkatan penjualan Sepatu melalui sosial media.

METODE KEGIATAN

Metode yang digunakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh komunitas Sepatu Cibaduyut adalah dengan metode demontrasi interaktif, metode hands-on dan metode modular. Aktivasnya terdiri dari sosialisasi pentingnya konten marketing, pelatihan instalansi aplikasi capcut, pelatihan menggunakan fitur – fitur yang terdapat pada capcut, pelatihan dan pendampingan integrasi capcut dengan sosial media dan evaluasi kegiatan. Rumusan metode, aktivitas dan luarannya di paparkan pada tabel di bawah ini;

Tabel 2. Tahapan Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan Kepada Mitra

No	Aktivitas	Metode	Luaran
1	Sosialisasi pentingnya konten marketing	1.1 Metode Hands-On 1.2 Metode Modular	a. Peningkatan Pemahaman Peserta b. Panduan Praktis Konten Marketing c. Rencana Strategi Konten Peserta
2	Pelatihan instalasi aplikasi capcut	2.1 Demontrasi Interaktif 2.2 Metode Hands-On	a. Akses ke Aplikasi CapCut b. Panduan Instalasi Aplikasi
3	Pelatihan menggunakan fitur fitur yang terdapat pada capcut	3.1 Demontrasi Interaktif 3.2 Metode Hands-On	a. Pemahaman Fitur Unggulan CapCut b. Video Hasil Praktek Peserta c. Panduan Digital Fitur CapCut d. Peningkatan Kompetensi Editing
4	Pelatihan dan pendampingan integrasi capcut dengan sosial media	4.1 Demontrasi Interaktif 4.2 Metode Hands-On	a. Pemahaman Integrasi CapCut dengan Media Sosial b. Strategi Optimalisasi Konten Media Sosial c. Video Siap Publikasi
5	Evaluasi	5.1 Demontrasi Interaktif 5.2 Metode Hands-On Dan 5.3 Metode Modular	a. Kuesioner Kepuasan Peserta b. Pre-Test dan Post-Test c. Observasi Selama Kegiatan d. Hasil Praktik

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini terdiri dari 5 kegiatan utama, terdiri dari (1) sosialisasi pentingnya konten marketing, (2) pelatihan instalansi aplikasi capcut, (3) pelatihan menggunakan fitur – fitur yang terdapat pada capcut, (4) pelatihan dan pendampingan integrasi capcut dengan sosial media dan (5) evaluasi kegiatan

Rincian Tahapan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Sosialisasi pentingnya konten marketing

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat selama lima hari berupa sosialisasi tentang konten marketing dilaksanakan bersama mitra *Komunitas Sepatu Cibaduyut* dengan tujuan meningkatkan pemahaman anggota komunitas mengenai pentingnya pemasaran digital dalam mengembangkan usaha lokal. Sosialisasi ini mencakup pengenalan konsep dasar konten marketing, strategi menentukan target audiens, dan praktik pembuatan konten sederhana seperti foto produk dan video promosi sepatu.

Peserta juga diberikan panduan dalam mengoptimalkan media sosial untuk mempublikasikan konten, seperti penggunaan hashtag, penulisan caption menarik, dan jadwal unggahan yang efektif. Dengan melibatkan tim mahasiswa, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan bekal pengetahuan yang aplikatif, sehingga anggota komunitas dapat memanfaatkan konten marketing secara mandiri untuk meningkatkan daya saing produk sepatu Cibaduyut.

2. Pelatihan instalansi aplikasi capcut

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berupa pelatihan instalasi aplikasi CapCut pada *Komunitas Sepatu Cibaduyut* dilaksanakan selama lima hari, dengan melibatkan mahasiswa sebagai fasilitator dan pendamping. Pada hari pertama, kegiatan dimulai dengan pengenalan tentang pentingnya konten video dalam pemasaran produk dan bagaimana aplikasi CapCut dapat mendukung pembuatan video kreatif untuk promosi sepatu.

Hari kedua difokuskan pada instalasi aplikasi CapCut pada perangkat peserta, dengan pendampingan langsung dari mahasiswa untuk memastikan peserta dapat mengunduh dan menginstal aplikasi dengan benar. Hari ketiga dan keempat, peserta diberikan pelatihan praktis mengenai penggunaan fitur dasar CapCut, seperti pemotongan video, penambahan teks, dan

penggunaan efek. Hari kelima adalah sesi evaluasi, di mana peserta mempraktekkan pembuatan video promosi produk sepatu, yang kemudian diunggah ke media sosial. Sepanjang pelatihan, mahasiswa berperan aktif dalam memberikan bimbingan teknis, menjawab pertanyaan peserta, serta mendokumentasikan hasil karya peserta. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan digital anggota komunitas agar mereka dapat memanfaatkan CapCut untuk meningkatkan pemasaran produk sepatu Cibaduyut secara mandiri di platform digital.

3. Pelatihan instalansi aplikasi capcut

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berupa pelatihan penggunaan fitur-fitur aplikasi CapCut pada *Komunitas Sepatu Cibaduyut* dilaksanakan selama lima hari dengan melibatkan mahasiswa sebagai fasilitator. Pada hari pertama, kegiatan dimulai dengan pengenalan tentang konten marketing melalui video dan pentingnya aplikasi CapCut dalam mempromosikan produk sepatu secara digital. Hari kedua difokuskan pada penggunaan dasar aplikasi, seperti pemotongan video, penambahan teks, dan penyisipan musik.

Pada hari ketiga, pelatihan dilanjutkan dengan pengenalan fitur lanjutan seperti transisi, efek visual, dan animasi teks, dengan pendampingan langsung dari mahasiswa. Hari keempat memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan pembuatan video promosi sepatu dengan memanfaatkan fitur-fitur yang telah dipelajari, sedangkan hari kelima adalah sesi evaluasi dan umpan balik, di mana peserta mempresentasikan hasil video mereka dan menerima masukan untuk perbaikan. Sepanjang kegiatan, mahasiswa berperan dalam memberikan bimbingan teknis, mengatasi masalah yang dihadapi peserta, serta membantu mengoptimalkan hasil video promosi. Kegiatan ini bertujuan agar anggota komunitas dapat memanfaatkan CapCut secara efektif untuk membuat konten video promosi yang menarik dan profesional guna meningkatkan pemasaran produk sepatu Cibaduyut di media sosial.

4. Pelatihan dan pendampingan integrasi capcut dengan sosial media

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) berupa pelatihan dan pendampingan integrasi aplikasi CapCut dengan media sosial pada *Komunitas Sepatu Cibaduyut* dilaksanakan selama lima hari dan melibatkan mahasiswa sebagai fasilitator. Pada hari pertama, kegiatan dimulai dengan pengenalan tentang pentingnya media sosial dalam pemasaran digital, serta bagaimana CapCut dapat digunakan untuk membuat konten video yang menarik. Hari kedua dan ketiga difokuskan pada pelatihan penggunaan CapCut untuk membuat video promosi sepatu yang kreatif, termasuk penggunaan fitur-fitur dasar dan lanjutan seperti pemotongan video, penambahan teks, efek visual, serta musik.

Pada hari keempat, peserta diajarkan cara mengintegrasikan hasil video dari CapCut ke berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, termasuk penyesuaian format dan durasi sesuai dengan spesifikasi masing-masing platform. Hari kelima adalah sesi pendampingan dan evaluasi, di mana peserta mempraktekkan mengunggah video ke media sosial dan mendapatkan umpan balik dari mahasiswa dan fasilitator untuk meningkatkan kualitas konten mereka. Sepanjang kegiatan, mahasiswa memberikan pendampingan teknis, menjawab pertanyaan peserta, serta membantu mengoptimalkan proses integrasi video dengan media sosial. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan anggota komunitas agar dapat memanfaatkan CapCut dan media sosial secara efektif untuk meningkatkan pemasaran dan visibilitas produk sepatu Cibaduyut di dunia digital.

5. Evaluasi

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan selama lima hari pada *Komunitas Sepatu Cibaduyut* dengan melibatkan mahasiswa bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan terkait penggunaan aplikasi CapCut untuk pemasaran produk sepatu melalui media sosial. Evaluasi kegiatan PKM ini dilakukan untuk menilai keberhasilan pelatihan dan dampaknya terhadap anggota komunitas.

Pada hari pertama hingga keempat, peserta mengikuti pelatihan tentang penggunaan CapCut, pembuatan konten promosi, dan integrasi dengan media sosial, dengan pendampingan langsung dari mahasiswa. Pada hari kelima, evaluasi dilakukan dengan memeriksa hasil karya peserta, yakni video promosi yang telah diunggah ke platform media sosial, serta memberikan umpan balik untuk meningkatkan kualitas konten. Evaluasi juga dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta tentang konten marketing digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berhasil mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh selama pelatihan, dengan banyak dari mereka sudah mengunggah video promosi yang mendapat respon positif dari audiens. Mahasiswa terlibat aktif dalam mendokumentasikan hasil, memberikan bimbingan teknis, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi peserta. Kegiatan PKM ini berhasil memberdayakan anggota komunitas dengan keterampilan digital yang dapat digunakan untuk memasarkan produk sepatu Cibaduyut lebih efektif dan kreatif di media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan Komunitas Sepatu Cibaduyut yang telah di paparkan di atas maka solusi yang dapat diberikan adalah;

Tabel 3 Langkah Solutif Atas Permasalahan Yang Dihadapi Komunitas Sepatu Cibaduyut

No	Permasalahan	Aktivitas	Solusi
1	Belum memahami konsep dasar konten sebagai alat marketing	a. Sosialisasi pentingnya konten marketing	a. Pendidikan dan Pelatihan b. Penggunaan Alat Produksi Konten c. Pendekatan Berbasis Data d. Fokus pada Pemberian Nilai
2	Belum mencoba menggunakan aplikasi capcut versi web sebagai alat bantu pembuatan konten	a. Pelatihan instalasi aplikasi capcut b. Pelatihan menggunakan fitur fitur yang terdapat pada capcut	a. Edukasi tentang Keunggulan CapCut Web b. Pelatihan Praktis Menggunakan CapCut Web c. Eksperimen dengan Fitur Kreatif d. Menyediakan Studi Kasus dan Inspirasi
3	Belum memanfaatkan sosial media sebagai wadah dalam memanfaatkan konten yang telah diproduksi	a. Pelatihan dan pendampingan integrasi capcut dengan sosial media	a. Membangun Strategi Media Sosial b. Optimalkan Setiap Konten untuk Media Sosial c. Gunakan Alat Manajemen Media Sosial d. Tingkatkan Interaksi dengan Audiens
4	Belum dapat mengintegrasikan antara kebutuhan produksi Sepatu, konten marketing dan penggunaan sosial media		e. Evaluasi dan Analisis Kinerja

1. Solusi dari permasalahan Belum memahami konsep dasar konten sebagai alat marketing;

a. Pendidikan dan Pelatihan

Pelaku bisnis perlu mendapatkan pelatihan tentang dasar-dasar konten marketing, termasuk bagaimana memahami audiens, menentukan tujuan konten, dan mengukur keberhasilannya.

b. Penggunaan Alat Produksi Konten

Aplikasi seperti CapCut, Canva, dan Hootsuite dapat membantu dalam pembuatan konten berkualitas secara efisien dan mudah digunakan, bahkan oleh pemula.

c. Pendekatan Berbasis Data

Memanfaatkan data dan analitik untuk memahami audiens, preferensi, dan pola konsumsi konten dapat membantu membuat konten yang lebih relevan dan menarik.

d. Fokus pada Pemberian Nilai

Konten harus dirancang untuk memberikan solusi atau informasi yang bermanfaat bagi audiens, bukan hanya sekadar promosi. Hal ini menciptakan kepercayaan dan loyalitas yang lebih besar terhadap merek.

Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021:147), pelatihan yang terstruktur dan dirancang dengan baik dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi konten marketing. Dalam bukunya *Marketing 5.0: Technology for Humanity*, mereka menjelaskan bahwa pelatihan memungkinkan seseorang untuk belajar tentang penggunaan data, teknologi, dan kreativitas secara efektif untuk menciptakan konten yang relevan dan menarik bagi audiens. Pelatihan juga membantu peserta memahami dinamika platform digital dan perilaku konsumen dalam ekosistem yang semakin terkoneksi. Menurut Pulizzi (2014:96), dalam bukunya *Epic Content Marketing*, pelatihan menjadi kunci dalam membangun kompetensi individu untuk memahami dasar-dasar storytelling yang efektif. Pelatihan memberikan panduan kepada peserta tentang cara menyusun pesan yang mampu menarik perhatian, melibatkan emosi audiens, dan menghasilkan dampak bisnis. Pulizzi menegaskan bahwa tanpa pelatihan, banyak individu kesulitan memahami bagaimana mengintegrasikan kreativitas dan tujuan bisnis dalam strategi konten marketing mereka.

Menurut Tiara Firdha Adelia Dinata (2021, hlm. 48), kemunculan teknologi berupa aplikasi CapCut merupakan inovasi yang bermanfaat bagi penggunanya. Dalam penelitiannya, ia menemukan bahwa fitur-fitur dalam aplikasi CapCut memiliki hubungan yang sangat kuat dengan kreativitas desain audio visual remaja, yang dapat dimanfaatkan dalam pembuatan konten pemasaran yang menarik. Menurut Nusaibah, Suryana, dan Novianti (2022, hlm. 135), aplikasi CapCut merupakan salah satu alat yang dapat digunakan untuk membuat video dengan template-template yang menarik serta suara-suara yang dapat mendukung pembuatan video. Mereka menekankan bahwa media promosi harus inovatif, dan penggunaan aplikasi seperti CapCut dapat membantu pelaku UMKM dalam membuat konten video yang menarik minat pembeli.

2. Solusi dari permasalahan Belum mencoba menggunakan aplikasi capcut versi web sebagai alat bantu pembuatan konten;

a. Edukasi tentang Keunggulan CapCut Web

Menyediakan informasi tentang fitur-fitur unggulan CapCut versi web, seperti aksesibilitas tanpa instalasi, efek audio visual, dan dukungan kolaborasi online, dapat mendorong lebih banyak pengguna untuk mencoba.

Tabel 4 fitur keunggulan CapCut Web:

Keunggulan	Deskripsi
Aksesibilitas Tanpa Instalasi	CapCut Web dapat digunakan langsung melalui browser tanpa perlu mengunduh atau menginstal aplikasi.
Efek Audio Visual	Menyediakan berbagai efek video dan audio yang memudahkan pengguna membuat konten berkualitas tinggi.
Dukungan Kolaborasi Online	Memungkinkan beberapa pengguna untuk bekerja bersama dalam mengedit proyek secara real-time melalui internet.
Template Kreatif Siap Pakai	Menyediakan berbagai template video yang memudahkan pengguna untuk menghasilkan konten dengan cepat dan profesional.
Kompatibilitas dengan Berbagai Format	Mendukung berbagai format file video dan audio, sehingga mempermudah proses impor dan ekspor konten.
Penyimpanan Cloud	Proyek dapat disimpan langsung di cloud, memungkinkan akses dari perangkat berbeda tanpa kehilangan data.
Gratis dengan Pilihan	Tersedia secara gratis dengan fitur dasar yang lengkap, serta opsi premium

Keunggulan	Deskripsi
Premium	untuk fitur tambahan.

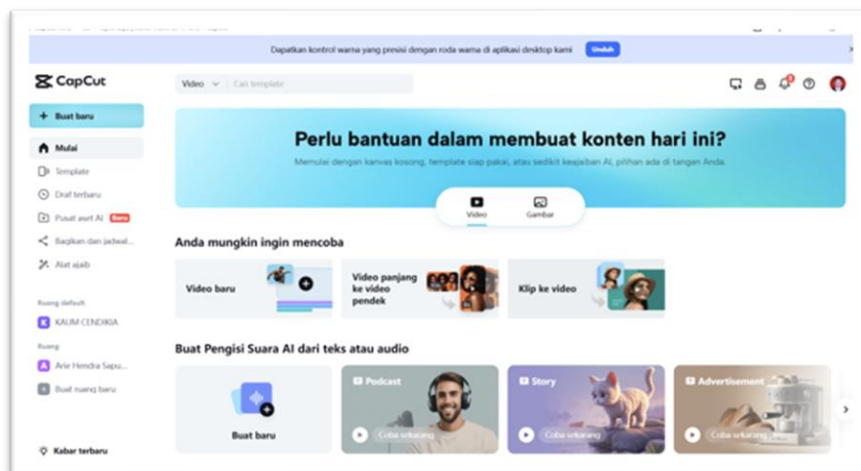
b. Pelatihan Praktis Menggunakan CapCut Web

Mengadakan sesi pelatihan atau tutorial online dapat membantu pelaku bisnis dan kreator konten memahami cara menggunakan CapCut web untuk meningkatkan kualitas video mereka.

Tabel 5 langkah-langkah instalasi hingga penggunaan fitur CapCut:

Langkah	Deskripsi
1. Kunjungi Situs CapCut	Buka browser Anda dan akses situs resmi CapCut Web di www.capcut.com .
2. Buat atau Login Akun	Daftar akun baru atau login menggunakan akun Google, Facebook, atau TikTok.
3. Pilih "Mulai Proyek Baru"	Klik tombol "Start Creating" untuk memulai proyek baru.
4. Impor Media	Unggah file video, audio, atau gambar yang ingin Anda gunakan dalam proyek.
5. Edit Video	Gunakan fitur berikut:
Potong Video	Potong bagian yang tidak diperlukan.
Tambahkan Efek Visual	Terapkan efek video seperti filter, transisi, dan overlay.
Tambahkan Efek Audio	Masukkan musik, suara latar, atau efek audio dari pustaka bawaan.
Gunakan Template	Pilih template siap pakai untuk mempercepat proses editing.
6. Kolaborasi Online	Bagikan proyek dengan rekan untuk bekerja bersama secara real-time.
7. Pratinjau dan Ekspor	Pratinjau hasil akhir, pilih resolusi, dan ekspor video ke perangkat atau simpan di cloud.

Berikut ini adalah tampilan Ketika menggunakan capcut web



Gambar 1 Tampilan Capcut Web

c. Eksperimen dengan Fitur Kreatif

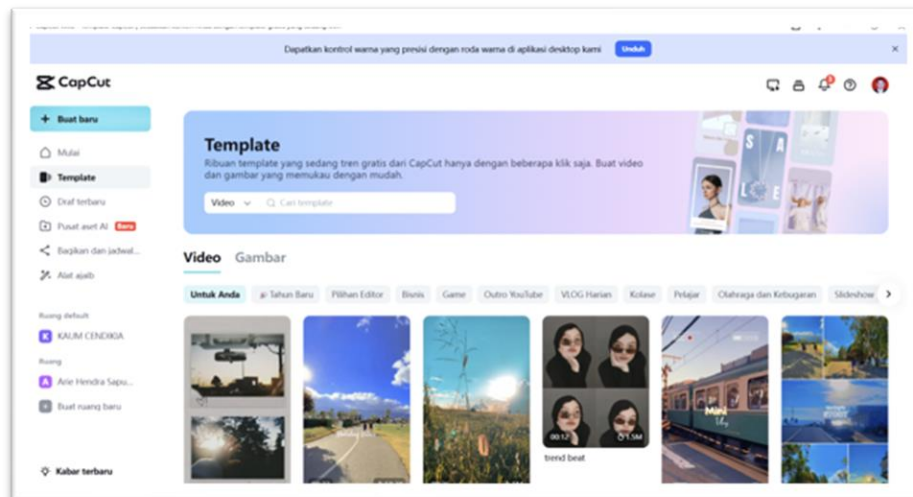
Mendorong pengguna untuk mencoba fitur transisi, template, dan filter yang tersedia di CapCut web dapat memperlihatkan bagaimana aplikasi ini dapat meningkatkan daya tarik visual konten mereka.

Tabel 6 Langkah-Langkah Menggunakan Template Di Capcut

Langkah	Deskripsi
1. Kunjungi Situs CapCut	Buka browser Anda dan akses www.capcut.com atau buka aplikasi CapCut di perangkat Anda.
2. Login ke Akun	Masuk ke akun Anda menggunakan email atau akun media sosial.

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. Pilih Menu “Template” | Pada halaman utama, klik atau pilih bagian "Template" untuk melihat berbagai pilihan template. |
| 4. Telusuri Template | Cari template yang sesuai dengan kebutuhan Anda berdasarkan kategori atau popularitas. |
| 5. Pilih Template | Klik pada template yang diinginkan untuk melihat pratinjau dan detailnya. |
| 6. Unggah Media | Klik “Gunakan Template” (Use Template) dan unggah video atau gambar sesuai dengan tempat yang disediakan. |
| 7. Sesuaikan Media | Sesuaikan urutan atau posisi media jika diperlukan. |
| 8. Pratinjau Hasil | Lihat hasil akhir dengan pratinjau untuk memastikan semuanya sesuai. |
| 9. Edit Tambahan (Opsional) | Jika diperlukan, tambahkan teks, efek, atau musik tambahan pada video. |
| 10. Ekspor Video | Klik “Ekspor” untuk menyimpan klik video ke perangkat Anda atau langsung bagikan ke media sosial. |

Berikut ini adalah tampilan Ketika menggunakan fitur template capcut web



Gambar 2 Tampilan Fitur Template Di Capcut Web

d. Menyediakan Studi Kasus dan Inspirasi

Menunjukkan contoh sukses dari bisnis atau kreator yang telah menggunakan CapCut web untuk meningkatkan engagement konten mereka dapat memotivasi lebih banyak orang untuk mencoba alat ini. CapCut adalah alat yang sederhana dan serbaguna untuk membuat konten video dengan cepat dan berkualitas tinggi. Berikut adalah poin utama dari langkah-langkah penggunaan fitur CapCut dan template: (1) Langkah Awal yang Mudah: Pengguna hanya perlu mengakses situs atau aplikasi CapCut, mendaftar atau login, dan dapat langsung memulai proyek. (2) Kemudahan Menggunakan Template: Fitur template memungkinkan pengguna untuk memilih desain siap pakai, mengunggah media, dan dengan sedikit penyesuaian, menghasilkan video yang menarik secara instan. (3) Fitur Pengeditan yang Lengkap: CapCut menyediakan alat potong video, efek visual, efek audio, dan pustaka template yang luas, sehingga pengguna dapat menghasilkan video kreatif tanpa memerlukan keahlian teknis tinggi. (4) Proses Kolaboratif dan Ekspor: Fitur kolaborasi online dan opsi ekspor yang fleksibel membuat CapCut sangat cocok digunakan oleh individu maupun tim dalam menghasilkan konten pemasaran atau kreatif lainnya. Dengan mengikuti langkah-langkah sederhana,

pengguna dapat memanfaatkan sepenuhnya fitur dan template CapCut untuk menciptakan video yang sesuai dengan kebutuhan, baik untuk personal maupun profesional.

3. Solusi dari permasalahan Belum memanfaatkan sosial media sebagai wadah dalam memanfaatkan konten yang telah diproduksi;

a. **Membangun Strategi Media Sosial**

Buat rencana yang mencakup platform yang akan digunakan, jenis konten yang diunggah, dan frekuensi distribusi. Fokuskan strategi pada platform yang paling relevan dengan audiens target. Strategi media sosial yang efektif dapat dibangun dengan memilih platform yang sesuai dengan audiens target, seperti Instagram, TikTok, dan LinkedIn. Di Instagram, fokus pada posting foto produk, reels tutorial, dan stories untuk interaksi harian. Di TikTok, buat video kreatif dengan tantangan atau konten behind-the-scenes untuk menarik audiens muda. LinkedIn digunakan untuk membagikan artikel industri dan infografik mengenai pencapaian perusahaan. Frekuensi distribusi konten harus konsisten, seperti 4 post per minggu di Instagram, 1 video setiap hari di TikTok, dan 2 artikel per minggu di LinkedIn. Dengan pendekatan ini, setiap platform akan digunakan secara maksimal untuk membangun hubungan yang kuat dengan audiens dan memperkuat branding.

b. **Optimalkan Setiap Konten untuk Media Sosial**

Konten yang telah diproduksi, seperti video, infografis, atau artikel, dapat disesuaikan dengan format dan gaya masing-masing platform untuk meningkatkan keterlibatan.

c. **Gunakan Alat Manajemen Media Sosial**

Alat seperti Hootsuite, Buffer, atau Meta Business Suite dapat membantu menjadwalkan, memantau, dan menganalisis kinerja konten yang dibagikan.

d. **Tingkatkan Interaksi dengan Audiens**

Gunakan konten untuk memicu percakapan, mendorong komentar, atau menjawab pertanyaan audiens secara langsung. Pendekatan ini membantu membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen.

e. **Evaluasi dan Analisis Kinerja**

Pantau data seperti jangkauan, tingkat keterlibatan, dan konversi untuk memahami jenis konten yang paling efektif dan menyesuaikan strategi distribusi di masa depan.

4. Solusi dari permasalahan Belum dapat mengintegrasikan antara kebutuhan produksi Sepatu, konten marketing dan penggunaan sosial media;

a. **Membangun Kolaborasi antar Tim**

Membentuk tim lintas fungsi yang melibatkan produksi, pemasaran, dan manajemen media sosial untuk menyelaraskan tujuan dan strategi.

b. **Mengembangkan Strategi Terpadu**

Rancang strategi yang menghubungkan kebutuhan produksi sepatu, narasi konten marketing, dan distribusi melalui media sosial. Fokus pada keunikan produk, seperti bahan ramah lingkungan, desain inovatif, atau kualitas unggul, sebagai inti dari kampanye pemasaran.

c. **Memanfaatkan Media Sosial untuk Umpan Balik**

Gunakan media sosial untuk memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan. Masukan ini dapat digunakan untuk menyesuaikan desain dan produksi sepatu sekaligus menciptakan konten yang lebih relevan.

d. **Optimalisasi Konten Berbasis Produk**

Gunakan aplikasi seperti CapCut untuk menghasilkan konten visual yang menonjolkan detail produk, seperti proses produksi, desain sepatu, atau ulasan pelanggan. Konten ini dapat meningkatkan daya tarik dan interaksi di media sosial.

e. Pemantauan dan Evaluasi Terintegrasi

Pantau kinerja produksi, efektivitas konten, dan engagement di media sosial secara bersamaan untuk menilai keberhasilan integrasi strategi. Data ini dapat digunakan untuk menyempurnakan pendekatan di masa depan.

Persiapan kegiatan PKM, kegiatan inti sampai monitoring perkembangan dari kegiatan PKM di dokumentasikan pada gambar di bawah ini;



Gambar 3 Kegiatan PKM Pada Pelatihan Aplikasi Capcut Versi Web

Kegiatan PKM ini bukan hanya sekadar pelatihan teknis, tetapi juga upaya bersama untuk memberdayakan komunitas lokal melalui teknologi digital. Dengan keterampilan baru yang diperoleh, kami berharap para peserta dapat terus berkembang dan menciptakan inovasi dalam pemasaran produk mereka. Kami percaya bahwa kolaborasi seperti ini akan menjadi fondasi yang kuat untuk meningkatkan daya saing komunitas sepatu Cibaduyut di era digital. Semoga langkah kecil ini membawa dampak besar bagi keberlanjutan usaha dan kebanggaan produk lokal di masa depan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim mengucapkan terima kasih kepada Komunitas Sepatu Cibaduyut. Mahasiswa Manajemen Universitas INABA, Mahasiswa ilmu komunikasi dan pihak-pihak lainnya yang membantu terlaksanannya kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, R., & Putri, A. (2024). Peran Content Marketing Instagram sebagai Strategi Menumbuhkan Brand Awareness pada Usaha Springshop_Plw. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(3), 1–10.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2017). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Deriyana, A., & Nurmairina, R. (2022). Pemanfaatan Aplikasi CapCut dalam Pembuatan Animasi Digital untuk Pembelajaran Daring. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 4(2), 123–130.
- Dinata, T. F. A. (2021). *Pengaruh Fitur Aplikasi Capcut Terhadap Kreativitas Desain Audio Visual Remaja* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Dinata, T. F. A. (2022). Pengaruh Fitur Aplikasi CapCut Terhadap Kreativitas Desain Audio Visual Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 150–160.
- Hendriyanto, T., Waoma, G., & DwiHartono, B. (2021). Pembuatan Content Marketing sebagai

- Strategi Menumbuhkan Brand Awareness Bagi Pelaku Usaha di Era Pandemi Covid-19. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 2(2), 89–96.
- Ispratiwi, D., & Mellisa, A. (2023). Penggunaan Aplikasi CapCut untuk Menghasilkan Konten Video. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 45–52.
- Jurnal Edukasi. (2023). Pengembangan Video Pembelajaran Berbasis CapCut untuk Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Jurnal Edukasi*, 5(1), 78–85.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the World, Unite! the Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Khan, T. (2021). *Social Media Strategy: A Comprehensive Guide to Engaging Audiences and Growing Sales*. Routledge.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Nusaibah, S., Suryana, D., & Novianti, E. (2022). Pemanfaatan Aplikasi CapCut untuk Membuat Video Digital Marketing pada UMKM Semarang Selatan. *DIMASTIK: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Semarang*, 1(2), 135–137.
- Pulizzi, J. (2014). *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break Through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*. McGraw-Hill Education.
- Qomariah, N., Jannah, W., & Sa'adah, H. (2024). Penerapan Content Marketing Terhadap Minat Pembeli dalam Perspektif Syariah di Tuku-tuku Store Bondowoso. *I'thisom: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 81–90.
- Sari, D. P., & Gusfa, H. (2017). Pengaruh Content Marketing Terhadap Pembentukan Brand Awareness pada Startup Warunk Upnormal. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 1–15.
- Vaynerchuk, G. (2013). *Jab, Jab, Jab, Right Hook: How to Tell Your Story in a Noisy Social World*. Harper Business.