



Optimalisasi Konten Instagram dan TikTok serta Pelatihan Editing Video dengan CapCut bagi Masyarakat

Instagram and TikTok Content Optimization and Video Editing Training with CapCut for the Community

Anang Setiawan¹, Fadil Muhammad², Nurul Chalisa Majiding³,
Achmad Ridha^{4*}, Azlan Azhari⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Makassar, Indonesia

Email : anang.setiawan@unm.ac.id¹, fadil.muhammad@unm.ac.id², nurul.chalisa.majiding@unm.ac.id³,
*achmad.ridha@unm.ac.id⁴, azlan.azhari@unm.ac.id⁵

Article History:

Received: 27 Februari 2025

Revised: 15 April 2025

Accepted: 01 Mei 2025

Published: Mei 2025

Keywords: Social Media, CapCut, TikTok, Instagram, Personal Branding

Abstract. The training on optimizing Instagram and TikTok social media content and video editing using the CapCut application was part of a community service program aimed at enhancing digital literacy and visual content production skills. This activity took place during the Education Exhibition commemorating the 63rd Anniversary of Universitas Negeri Makassar, involving participants from various backgrounds, including students and small business owners. Using a participatory method combining theoretical sessions, demonstrations, and hands-on practice, the training resulted in significant improvements in participants' understanding of social media strategies, personal branding, and video editing skills. Evaluation results showed a 41% increase from pre-test to post-test scores, and 85% of participants grasped the basic concepts of reach and engagement in social media algorithms. This program successfully equipped participants with relevant digital competencies and contributed to social transformation through the strategic and creative use of social media.

Abstrak

Pelatihan optimalisasi konten media sosial Instagram dan TikTok serta editing video menggunakan aplikasi CapCut merupakan bentuk pengabdian kepada masyarakat dalam menjawab kebutuhan akan literasi digital dan keterampilan produksi konten visual. Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangkaian Pameran Pendidikan Dies Natalis ke-63 Universitas Negeri Makassar, dengan peserta yang berasal dari mahasiswa, pelajar, dan pelaku UMKM. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan kombinasi sesi teori, demonstrasi, dan praktik langsung. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap strategi konten media sosial, personal branding, dan kemampuan editing video. Peningkatan skor pretest ke posttest mencapai 41%, serta 85% peserta memahami prinsip reach dan engagement algoritma media sosial. Kegiatan ini terbukti efektif dalam membekali peserta dengan keterampilan digital yang relevan, serta mendorong perubahan sosial melalui pemanfaatan media sosial secara strategis dan kreatif.

Kata Kunci: Media Sosial, CapCut, TikTok, Instagram, Personal Branding

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu berinteraksi dan mempresentasikan diri di ruang publik. Media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi platform dominan bagi generasi muda untuk mengekspresikan diri, berbagi informasi, dan membangun personal branding. Berdasarkan laporan DataReportal (2023), pengguna aktif

Instagram di Indonesia mencapai 113 juta, sedangkan TikTok memiliki 109 juta pengguna—angka ini menunjukkan bahwa Instagram dan TikTok menjadi platform terpopuler bagi sebagian besar Masyarakat Indonesia yang terus meningkat setiap tahun. Fenomena ini menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap platform visual sebagai sarana komunikasi, edukasi, dan promosi. Namun, banyak pengguna masih belum mampu memanfaatkan media sosial secara optimal, baik untuk kepentingan akademik, kewirausahaan, maupun pengembangan diri. Namun, pemanfaatan media sosial secara optimal memerlukan pemahaman tentang strategi konten yang efektif dan keterampilan teknis dalam produksi media, termasuk editing video. Di tengah tingginya persaingan konten digital, kemampuan mengoptimalkan media sosial menjadi keterampilan krusial. Konten yang tidak terarah atau kurang kreatif berpotensi kehilangan daya tarik, bahkan menimbulkan misinformasi. Menurut penelitian Wijaya (2022), hanya 30% pengguna Instagram dan TikTok di Indonesia yang memahami strategi algoritma untuk meningkatkan jangkauan konten. Padahal, optimalisasi konten dapat menjadi sarana efektif untuk mempromosikan pendidikan, UMKM, atau isu sosial. Dalam konteks ini juga, aplikasi CapCut hadir sebagai alat bantu yang mudah digunakan dalam proses editing video, memungkinkan siapa pun menghasilkan konten visual yang profesional dengan perangkat minimalis.

Salah satu optimalisasi konten dalam meningkatkan Personal branding dapat dilakukan melalui media sosial. Media sosial telah menjadi platform penting dalam komunikasi, promosi, dan pengembangannya. Namun demikian, mahasiswa dan masyarakat umum masih menghadapi sejumlah tantangan dalam memanfaatkan media sosial secara optimal. Salah satu permasalahan utama adalah kurangnya pemahaman tentang strategi efektif dalam membangun personal branding yang autentik dan konsisten. Banyak mahasiswa yang menggunakan media sosial sebatas sebagai sarana hiburan atau konsumsi informasi secara pasif, tanpa menyadari potensi besar yang dimilikinya untuk menunjang pengembangan diri maupun promosi usaha (Susanti & Wahyuni, 2022). Selain itu, terdapat keterbatasan keterampilan teknis, terutama dalam hal pengambilan foto produk yang berkualitas, yang seharusnya mampu menarik perhatian audiens ketika dipublikasikan melalui media sosial sebagai sarana promosi. Tak kalah penting, mahasiswa juga mengalami kesulitan dalam produksi dan editing konten video yang menarik serta sesuai dengan karakteristik platform seperti Instagram dan TikTok, yang mengandalkan visual dinamis dan storytelling singkat untuk menjangkau pengguna secara efektif. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing konten yang dihasilkan dan kurangnya keterlibatan audiens secara maksimal. Akibat

dari semua hambatan ini, potensi media sosial sebagai alat strategis untuk pengembangan personal maupun profesional belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal di kalangan mahasiswa.

Dalam rangka memperingati Dies Natalis ke-63 Universitas Negeri Makassar, diselenggarakan Pameran Pendidikan yang menjadi wadah bagi civitas akademika untuk berbagi pengetahuan dan keterampilan kepada masyarakat. Sebagai bagian dari kegiatan tersebut, dilakukan pelatihan mengenai optimalisasi konten media sosial dan editing video menggunakan aplikasi CapCut. Urgensi pemahaman tentang optimalisasi media sosial menjadi sangat penting, terutama bagi mahasiswa sebagai generasi muda yang kelak akan menghadapi dunia kerja, bisnis, maupun peran strategis dalam masyarakat. Untuk itu, diperlukan pelatihan yang bersifat praktis, kontekstual, dan aplikatif guna meningkatkan kompetensi digital masyarakat.

Sebagai upaya untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dalam bentuk pelatihan interaktif yang menyoar mahasiswa dan masyarakat umum sebagai peserta utama. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan digital mahasiswa serta masyarakat umum dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pengembangan diri dan promosi. Secara khusus, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya personal branding di era digital, di mana identitas dan citra diri yang dibangun secara konsisten di media sosial dapat memberikan dampak signifikan terhadap peluang akademik maupun profesional. Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk melatih peserta dalam teknik pengambilan foto yang estetis dan relevan untuk kepentingan promosi digital, terutama bagi mereka yang memiliki usaha kecil atau ingin membangun portofolio visual yang menarik. Kegiatan ini juga dirancang untuk membekali peserta dengan strategi pembuatan konten yang efektif dan sesuai dengan karakteristik algoritma serta tren di platform Instagram dan TikTok, sehingga konten yang dihasilkan mampu menjangkau audiens lebih luas dan menciptakan keterlibatan yang lebih tinggi. Lebih lanjut, peserta juga akan dilatih secara langsung dalam penggunaan aplikasi CapCut, yang saat ini menjadi salah satu tools editing video populer dan mudah digunakan, untuk menciptakan konten video yang tidak hanya menarik dari segi visual tetapi juga memiliki kualitas naratif yang baik. Dengan pencapaian tujuan-tujuan tersebut, diharapkan peserta dapat memanfaatkan media sosial secara lebih kreatif, strategis, dan produktif dalam berbagai aspek kehidupan, baik dalam konteks akademik, kewirausahaan, maupun pengembangan personal branding secara digital (Putri & Nugroho, 2023).

2. METODE

Metode pengabdian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif, di mana peserta terlibat secara aktif dalam setiap tahapan pelatihan guna memastikan tercapainya tujuan pembelajaran yang aplikatif dan berkelanjutan. Kegiatan diawali dengan tahap persiapan, yang meliputi identifikasi kebutuhan peserta melalui survei singkat daring untuk memahami latar belakang, tingkat pemahaman awal, dan ekspektasi mereka terhadap pelatihan. Berdasarkan hasil survei tersebut, tim pelaksana menyusun materi pelatihan yang relevan, kontekstual, dan mudah dipahami, terutama oleh mahasiswa, pelajar, serta pelaku UMKM. Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan materi teoritis selama 60 menit, yang mencakup analisis tren konten viral di Instagram dan TikTok, strategi penggunaan hashtag yang efektif, pemilihan waktu posting, teknik foto produk yang tepat, hingga pentingnya konsistensi dan identitas visual dalam membangun branding akun media sosial. Sesi ini bertujuan memberikan pemahaman konseptual kepada peserta terkait algoritma media sosial serta dinamika konten digital masa kini.

Setelah sesi teori, peserta mengikuti demo editing menggunakan aplikasi CapCut selama 60 menit. Dalam sesi ini, peserta dikenalkan dengan antarmuka aplikasi, fitur dasar seperti trimming, speed adjustment, dan overlay, serta teknik penggunaan efek, transisi, penambahan musik atau voiceover. Peserta juga dibekali pemahaman tentang optimalisasi format video untuk Reels dan TikTok, khususnya penggunaan rasio 9:16 dan durasi video pendek antara 15–60 detik. Untuk memperdalam keterampilan, pelatihan dilanjutkan dengan sesi praktik terbimbing selama 40 menit, di mana peserta membuat konten simulasi bertema edukasi, seperti promosi kampus atau tutorial singkat. Hasil karya peserta mendapatkan umpan balik langsung dari fasilitator guna memperkuat aspek teknis dan naratif konten.

Sebagai bagian dari evaluasi kegiatan, dilakukan pengukuran pre-test dan post-test untuk menilai efektivitas pelatihan. Kuesioner pre-test diberikan sebelum sesi dimulai untuk mengukur pemahaman awal peserta terkait algoritma media sosial dan tren konten viral, keterampilan editing video menggunakan CapCut, serta teknik pengambilan foto produk. Sedangkan post-test dilakukan setelah pelatihan guna menilai peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Selain itu, instrumen evaluasi juga mencakup aspek kepuasan terhadap materi dan metode pelatihan, serta tingkat kepercayaan diri peserta dalam mengelola akun media sosial pribadi maupun bisnis. Peserta kegiatan ini terdiri dari 30 orang yang terdiri atas mahasiswa, pelajar SMA, dan pelaku UMKM yang telah mendaftar melalui formulir online. Dengan pendekatan partisipatif dan

evaluasi terukur, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kapasitas peserta dalam memanfaatkan media sosial secara produktif.

3. HASIL

Kegiatan pelatihan ini merupakan bagian dari rangkaian acara Pameran Pendidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dalam rangka memperingati Dies Natalis ke-63 Universitas Negeri Makassar. Pelatihan diikuti oleh peserta yang berasal dari berbagai latar belakang, mulai dari mahasiswa lintas jurusan hingga masyarakat umum. Selama kegiatan berlangsung, suasana pelatihan berjalan lancar dan disambut dengan antusiasme tinggi dari para peserta. Sebagian besar peserta mengakui bahwa sebelumnya mereka belum memahami secara mendalam mengenai optimalisasi konten media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, maupun teknik editing video menggunakan aplikasi CapCut. Oleh karena itu, pelatihan ini menjadi sarana yang sangat relevan untuk menjawab kebutuhan keterampilan digital yang terus berkembang. Evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa pendekatan, yakni observasi langsung oleh fasilitator selama sesi pelatihan, diskusi kelompok, serta pengisian kuesioner pretest dan posttest oleh seluruh peserta.



Gambar 1. Pemaparan Materi oleh Tim

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam hal pemahaman peserta terhadap konsep personal branding serta keterampilan teknis dalam pembuatan konten. Berdasarkan hasil pretest, rata-rata skor peserta berada pada angka 58 (dari skala 0–100), sementara pada posttest skor rata-rata meningkat menjadi 82, yang menunjukkan adanya

peningkatan sebesar 41%. Selain itu, sebanyak 85% peserta mampu menjelaskan prinsip dasar reach dan engagement dalam algoritma Instagram dan TikTok, sebagai indikator pemahaman terhadap tren konten viral. Dalam aspek keterampilan praktis, sebanyak 75% peserta berhasil membuat video edukasi berdurasi 30–60 detik menggunakan aplikasi CapCut dan mampu menerapkan teknik pengambilan foto produk secara tepat. Beberapa konten terbaik yang dihasilkan di antaranya adalah video tutorial “Cara Membuat Kopi Kemasan UMKM” yang diunggah melalui akun @warungkopi.unm, serta Reels bertema “Tips Belajar Efektif ala Mahasiswa UNM” yang menampilkan kreativitas mahasiswa dalam menyampaikan pesan edukatif.



Gambar 2. Foto Bersama Peserta dan Tim Dosen

Kepuasan peserta juga tercermin dalam hasil kuesioner, di mana sebanyak 94% peserta menyatakan puas terhadap materi dan metode pelatihan yang disampaikan, sementara 88% merasa lebih percaya diri dalam mengelola akun media sosial pribadi maupun bisnis setelah mengikuti pelatihan ini. Hasil observasi fasilitator dan refleksi peserta mengonfirmasi bahwa pelatihan ini tidak hanya memberikan wawasan baru, tetapi juga menghadirkan keterampilan praktis yang langsung dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Peserta menyebutkan bahwa hasil pelatihan ini bermanfaat untuk mendukung berbagai aktivitas seperti promosi produk UMKM, pengelolaan konten organisasi kampus, hingga produksi konten pribadi yang lebih kreatif dan profesional. Dengan demikian, kegiatan ini terbukti berhasil menjawab kebutuhan keterampilan digital yang relevan dengan tuntutan zaman serta memberikan dampak nyata dalam pemberdayaan mahasiswa dan masyarakat di era media sosial saat ini.

4. DISKUSI

Kegiatan pelatihan optimalisasi konten media sosial dan editing video menggunakan aplikasi CapCut menunjukkan dampak signifikan terhadap peningkatan kapasitas digital peserta, terutama dalam aspek personal branding, keterampilan teknis produksi konten, dan pemahaman terhadap algoritma platform digital. Hasil pretest dan posttest menunjukkan peningkatan pemahaman peserta sebesar 41%, serta keberhasilan peserta dalam memproduksi konten kreatif berdurasi pendek sesuai karakteristik platform Instagram dan TikTok.

Secara teoritik, kegiatan ini selaras dengan konsep *Digital Literacy* (Gilster, 1997) yang menekankan kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan informasi dari berbagai bentuk sumber digital secara kritis dan kreatif. Dalam konteks media sosial, kemampuan ini diperluas menjadi *digital content creation*, yaitu keterampilan untuk memproduksi, menyunting, dan menyebarkan informasi visual secara strategis untuk keperluan personal maupun profesional (Livingstone, 2004).

Penerapan aplikasi CapCut sebagai alat bantu editing video turut mendukung pembelajaran berbasis teknologi yang aplikatif. CapCut memungkinkan proses produksi video yang cepat, efisien, dan sesuai dengan standar visual yang digemari generasi digital (Aprilliana & Efendi, 2022; Wirya & Pradnyana, 2025). Penguasaan aplikasi ini menjadi elemen penting dalam menciptakan *user-generated content* yang berdaya saing di era digital, memperkuat teori *prosumer culture* dari Alvin Toffler, di mana pengguna tidak hanya menjadi konsumen tetapi juga produsen informasi.

Temuan lain yang menonjol adalah meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam menggunakan media sosial sebagai alat promosi dan ekspresi diri. Hal ini mendukung pandangan Agustini (2023) bahwa pelatihan yang bersifat interaktif dan kontekstual dapat mendorong motivasi intrinsik peserta dalam mengembangkan keterampilan berbahasa dan berbicara di ruang digital. Selain itu, hasil pengabdian ini menegaskan pentingnya pendekatan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang memungkinkan peserta belajar melalui praktik langsung, sebagaimana dijelaskan dalam teori *Kolb's Experiential Learning Cycle*.

Secara sosial, kegiatan ini memicu perubahan pola pikir dan perilaku peserta dalam memanfaatkan media sosial, dari konsumsi pasif menuju produksi aktif dan strategis. Perubahan ini dapat dikaitkan dengan teori perubahan sosial yang diusung oleh Everett Rogers (*Diffusion of*

Innovations), di mana inovasi digital seperti CapCut dan strategi branding media sosial menyebar melalui proses pelatihan dan adopsi yang terstruktur.

Pelatihan ini juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial secara optimal tidak hanya penting bagi generasi muda, tetapi juga menjadi alat pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui promosi UMKM. Hal ini sejalan dengan kajian Azizah, Gunawan, & Sinansari (2021) yang menunjukkan bahwa media sosial, khususnya TikTok, berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran merek dan minat beli konsumen terhadap produk lokal.

Dengan demikian, pengabdian ini berhasil menggabungkan pendekatan praktis dan teoritis untuk menciptakan dampak nyata, tidak hanya dalam peningkatan keterampilan teknis peserta, tetapi juga dalam mendorong transformasi sosial yang lebih luas melalui literasi digital dan pemberdayaan masyarakat berbasis media sosial.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa mahasiswa sangat antusias dalam belajar strategi branding melalui media sosial. Mereka menyadari pentingnya membangun citra diri positif di dunia digital. Penggunaan aplikasi CapCut sebagai alat editing video terbukti mudah digunakan dan mampu meningkatkan kreativitas mahasiswa dalam menghasilkan konten yang menarik dan berkualitas. Melalui pelatihan ini, diharapkan mahasiswa dapat mengoptimalkan media sosial sebagai sarana produktif untuk menunjang karier dan eksistensi mereka di masyarakat. Ke depannya, pelatihan serupa dapat dikembangkan lebih lanjut dengan pendekatan kolaboratif dan berbasis proyek.

Saran

- Universitas perlu mengadakan program pendampingan berkelanjutan untuk mempertahankan konsistensi peserta.
- Kolaborasi dengan influencer lokal dapat meningkatkan dampak sosial dari konten yang dihasilkan.
- Integrasi materi pelatihan ke dalam kurikulum mata kuliah terkait teknologi informasi.

DAFTAR REFERENSI

- Agustini, N. P. O. (2023). Penggunaan media TikTok dan teknik drama voice sebagai strategi terhadap kemampuan mahasiswa dalam berbahasa Inggris. *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Indonesia*, 2(3).
- Aprilliana, G., & Efendi, R. (2022). Penggunaan aplikasi CapCut untuk meningkatkan keterampilan menulis teks iklan pada siswa kelas VIII SMPN 4 Jampangtengah Kabupaten Sukabumi. *Triangulasi: Jurnal Pendidikan Kebahasaan, Kesastraan, dan Pembelajaran*, 2(2), 48–53.
- Azizah, L., Gunawan, J., & Sinansari, P. (2021). Pengaruh pemasaran media sosial TikTok terhadap kesadaran merek dan minat beli produk kosmetik di Indonesia. *Jurnal Teknik ITS*, 10(2), A438–A443.
- Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. John Wiley & Sons.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3–14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Statista. (2023). *Social media user penetration in Indonesia*. <https://www.statista.com>
- Wijaya, A. S. (2022). Optimalisasi media sosial untuk pendidikan: Studi kasus platform TikTok. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 15(2), 89–104. <https://doi.org/10.21009/jtp.1502.03>
- Wirya, I. G. W. M. N. P., & Pradnyana, P. G. M. V. (2025). Penggunaan aplikasi CapCut untuk meningkatkan kemampuan editing video pada generasi muda di SMKN 1 Manggis Kabupaten Karangasem. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(2).