

**MEDIA DIGITAL SEBAGAI SARANA MEMBANGUN EKONOMI KELUARGA
DI GEREJA ST. IGNATIUS DANAN WONOGIRI*****DIGITAL MEDIA AS A TOOL FOR STRENGTHENING THE FAMILY ECONOMY
AT ST. IGNATIUS DANAN WONOGIRI***

**Nicky Gilang Wicaksono^{1*}, Vincensia Serenade², Bella Gusniar³, Intan Mustika Jati⁴,
Fitria Hayu Palupi⁵**

^{1*2,3,4,5} Universitas Sugeng Hartono, Kabupaten Sukoharjo, Indonesia

^{1*}nickygilang@gmail.com

Article History:

Received: December 30th, 2025

Revised: February 10th, 2026

Published: February 15th, 2026

Keywords: *Digital Media,
Economics, Family Economy*

Abstract: *The development of information technology offers significant opportunities to strengthen the family economy through digital media. This activity aimed to enhance community understanding and skills in utilizing digital media for family business development through training and mentoring. The program involved 36 family business actors and focused on introducing digital media, creating simple promotional content, and applying practical digital marketing strategies. The results indicated improved digital understanding, increased confidence, and greater readiness among participants to implement digital promotion in their family businesses, thereby contributing to community-based family economic empowerment.*

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi membuka peluang baru dalam penguatan ekonomi keluarga melalui pemanfaatan media digital, namun masih banyak pelaku usaha keluarga yang belum memiliki keterampilan digital yang cukup memadai. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana membangun ekonomi keluarga. Pelaksanaan kegiatan ini berupa penyuluhan, pelatihan praktis, dan pendampingan langsung kepada para pelaku usaha. Materi pelatihan meliputi pengenalan media digital, pembuatan konten promosi sederhana, serta strategi pemasaran digital yang mudah diterapkan sesuai dengan karakteristik usaha keluarga. Kegiatan ini diikuti oleh 36 pelaku usaha yang terbagi menjadi beberapa kelompok pelatihan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pemahaman mengenai penggunaan media digital serta kemampuan membuat konten promosi sederhana. Peserta memperoleh manfaat berupa peningkatan kepercayaan diri, perluasan wawasan pemasaran, dan kesiapan untuk menerapkan promosi digital dalam usaha keluarga yang dijalankan. Pendekatan pelatihan berbasis praktik dan pendampingan efektif dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat serta mendorong pemberdayaan ekonomi keluarga berbasis komunitas.

Kata Kunci: Media Digital, Ekonomi, Ekonomi Keluarga.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dalam satu dekade terakhir ini telah mengubah pola kehidupan masyarakat, termasuk juga dalam aspek ekonomi keluarga. Media digital kini menjadi sarana penting dalam memasarkan produk, membangun jejaring usaha, dan memperluas akses pasar. Melalui media sosial, marketplace, dan berbagai platform daring, pelaku usaha kecil dapat memperkenalkan produknya kepada konsumen tanpa batasan geografis dan waktu (Rahmawati, 2022). Akan tetapi, masih banyak masyarakat yang belum memiliki pemahaman dan keterampilan yang cukup dalam memanfaatkan teknologi tersebut secara lebih optimal untuk mendukung kegiatan usaha yang dijalankannya.

Berdasarkan observasi awal, para pelaku usaha di lingkungan Gereja St. Ignatius Danan mayoritas masih mengandalkan cara konvensional dalam berjualan dan promosi, seperti penjualan langsung atau melalui jaringan kenalan yang sifatnya terbatas. Padahal di era digital ini, promosi dan komunikasi bisnis dapat dilakukan dengan lebih efektif melalui media sosial dan aplikasi digital yang mudah diakses. Oleh karena itu, kegiatan ini dirancang untuk memberikan pelatihan literasi digital, pembuatan konten kreatif sederhana, serta strategi pemasaran digital dasar yang relevan bagi usaha skala keluarga dan komunitas.

Selain memberikan manfaat langsung bagi masyarakat, kegiatan ini juga mendukung Roadmap Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Universitas Sugeng Hartono, terutama pada kluster Human Resource Management dengan fokus Employee Development yang berujung pada Sustainable Business Innovation (SBI). Melalui pelatihan ini, peserta tidak hanya dibekali kemampuan teknis saja, tetapi juga ditumbuhkan semangat untuk menjadi individu yang adaptif, inovatif, dan mampu mengelola usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan keterampilan digital bagi masyarakat dapat menjadi suatu langkah awal yang mengarah pada kemandirian ekonomi keluarga serta peningkatan daya saing di era digital (Nugroho, 2024).

Kegiatan ini diharapkan menjadi wadah bagi masyarakat untuk memahami pentingnya transformasi digital dalam kehidupan ekonomi sehari-hari. Melalui pendampingan yang praktis dan interaktif, peserta memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola media digital sebagai sarana promosi usaha keluarga. Dengan keterlibatan 36 peserta yang aktif, kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak pada peningkatan pengetahuan individu, tetapi juga memperkuat semangat kolaborasi dan pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas yang selaras dengan visi Universitas Sugeng Hartono dalam membangun masyarakat berdaya saing dan berkelanjutan.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat “Media Digital sebagai Sarana Membangun Ekonomi Keluarga” dilaksanakan dengan metode interaktif yang memadukan pendekatan

penyuluhan, pelatihan praktis, dan pendampingan langsung. Kegiatan ini diawali dengan tahap persiapan, meliputi koordinasi antara tim pelaksana dan pengurus Gereja St. Ignatius Danan Wonogiri, dengan mengidentifikasi kebutuhan pelaku usaha di lingkungan gereja, serta penyusunan modul pelatihan sesuai dengan karakteristik peserta. Tahap ini juga mencakup penyediaan sarana pendukung seperti alat presentasi, materi, dan contoh media digital sederhana yang mudah dipahami.

Pada tahap pelaksanaan kegiatan, sesi diawali dengan penyampaian materi tentang pentingnya media digital dalam meningkatkan ekonomi keluarga, dilanjutkan dengan pelatihan praktik menggunakan media digital seperti Facebook, dan WhatsApp Business. Peserta juga diajarkan cara untuk mengambil foto produk menggunakan ponsel, menulis deskripsi yang menarik, serta mengunggahnya secara efektif agar menarik perhatian konsumen. Metode pembelajaran dilakukan secara dua arah dengan diskusi aktif dan praktik langsung, sehingga peserta dapat belajar dengan suasana yang menyenangkan dan relevan dengan kondisi usahanya. Total peserta yang hadir berjumlah 36 orang, yang terdiri dari pelaku usaha kecil, ibu rumah tangga, dan anggota komunitas gereja.

Setelah sesi pelatihan, dilaksanakan tahap pendampingan di mana tim dosen dan mahasiswa memberikan bimbingan kepada peserta dalam membuat konten promosi digital yang sesuai dengan produk masing-masing. Beberapa peserta juga melakukan konsultasi terkait memilih platform penjualan, serta menjaga interaksi dengan pelanggan secara daring. Pada akhir kegiatan dilakukan evaluasi singkat melalui tanya jawab untuk mengetahui sejauh mana pemahaman dan keterampilan peserta meningkat setelah mengikuti pelatihan.

HASIL

Pelaksanaan kegiatan “Pemanfaatan Media Digital sebagai Sarana Membangun Ekonomi Keluarga” berjalan dengan lancar dan mendapatkan antusiasme yang tinggi dari para peserta. Kegiatan diikuti oleh 36 pelaku usaha dan anggota umat Gereja St. Ignatius Danan, Wonogiri yang memiliki usaha keluarga berskala kecil hingga menengah. Workshop ini dibuka dengan sambutan dan registrasi peserta, dilanjutkan dengan sesi utama yang disampaikan oleh Nicky Gilang Wicaksono, S.E., M.M, yang membahas mengenai pentingnya pemanfaatan media digital sebagai alat untuk memperluas jaringan pemasaran dan meningkatkan pendapatan keluarga.



Gambar 1. Sesi Pemateri



Gambar 2. Sesi Pemateri



Gambar 3. Pembicara dan Peserta

PEMBAHASAN

Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama sesi berlangsung. Mereka tidak hanya menyimak materi, tetapi juga aktif bertanya dan berdiskusi mengenai tantangan yang dihadapi dalam mengelola usaha berbasis keluarga di era digital. Pada sesi praktik, peserta mempelajari cara sederhana untuk mempromosikan produk melalui media sosial, seperti membuat foto produk yang menarik dengan pencahayaan alami, menulis deskripsi produk yang komunikatif, serta menggunakan platform seperti WhatsApp Business dan Facebook Page untuk memperkenalkan produk-produknya. Tim dosen dan mahasiswa dari Program Studi Manajemen Bisnis Internasional turut membantu pada sesi ini dengan mendampingi peserta dalam praktik langsung menggunakan gawai yang dimiliki secara masing-masing.

Kegiatan ini ditutup dengan sesi peneguhan dan motivasi yang disampaikan oleh Ibu Fitria Hayu Palupi, S.ST., M.Kes., yang memberikan dorongan semangat agar peserta memiliki komitmen dan konsistensi dalam menerapkan keterampilan digital untuk mengembangkan ekonomi keluarga. Berdasarkan hasil evaluasi, mayoritas peserta menunjukkan peningkatan dalam pemahaman mengenai penggunaan media digital serta menyatakan kesediaan untuk mulai menerapkan strategi promosi daring dalam usaha yang dimilikinya secara masing-masing.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terbukti efektif dalam meningkatkan literasi digital masyarakat dan memperkuat semangat kewirausahaan keluarga. Hasil kegiatan ini juga menjadi bukti implementasi nyata arah Employee Development menuju Sustainable Business Innovation (SBI) sebagaimana tercantum dalam Roadmap Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Universitas Sugeng Hartono, khususnya dalam bidang Human Resource Management yang berfokus pada pengembangan kapasitas masyarakat secara berkelanjutan melalui pemanfaatan teknologi digital.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pemanfaatan Media Digital sebagai Sarana Membangun Ekonomi Keluarga” telah terlaksana dengan baik dan memberikan dampak positif bagi para peserta. Melalui pelatihan, praktik langsung, serta sesi motivasi, peserta memperoleh pemahaman dan keterampilan baru dalam menggunakan media digital sebagai sarana pengembangan usaha keluarga. Sebagian besar peserta menunjukkan peningkatan pemahaman tentang strategi promosi daring, kemampuan membuat konten sederhana, serta kesadaran akan pentingnya inovasi dalam mempertahankan keberlanjutan usaha di era digital.

Kegiatan ini juga membuktikan bahwa pendekatan berbasis praktik dan pendampingan personal efektif dalam membantu masyarakat memahami teknologi digital secara lebih mudah dan aplikatif. Selain memberikan manfaat langsung bagi peserta, kegiatan ini sekaligus menjadi wujud implementasi Tridharma Perguruan Tinggi dan kontribusi nyata Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Universitas Sugeng Hartono dalam mendukung Employee Development menuju

Sustainable Business Innovation (SBI) sesuai dengan roadmap program studi.

Adapun saran untuk kegiatan selanjutnya adalah agar pelatihan sejenis dapat dikembangkan dengan durasi yang lebih panjang dan cakupan materi yang lebih mendalam, seperti pengenalan marketplace, strategi pengelolaan keuangan digital, serta pendampingan berkelanjutan dalam pembuatan konten dan manajemen media sosial usaha. Selain itu, kolaborasi lintas bidang ilmu, seperti manajemen dan gizi, dapat terus diperkuat untuk menciptakan kegiatan pengabdian yang lebih multidisipliner dan berdampak luas bagi peningkatan ekonomi keluarga serta pemberdayaan masyarakat lokal.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Sugeng Hartono, Kevikepan Surakarta, dan jemaat atau pelaku usaha Gereja St. Ignatius Danan Wonogiri atas dukungan, kerja sama, serta fasilitas yang telah diberikan sehingga kegiatan pelatihan dengan judul “Media Digital sebagai Sarana Membangun Ekonomi Keluarga” dapat terselenggara dengan baik dan berjalan lancar. Kontribusi yang diberikan sangat berarti dalam mendukung keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini serta pencapaian tujuan pengabdian kepada masyarakat. Semoga kerja sama yang telah terjalin dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi seluruh pihak.

DAFTAR REFERENSI

- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023). Laporan Transformasi Digital Nasional 2023. Jakarta: Kominfo.
- Nugroho, A. (2024). Transformasi Digital UMKM Indonesia Menuju Ketahanan Ekonomi Keluarga. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 12(1), 33–47.
- Rahmawati, D. (2022). Pemanfaatan Media Sosial dalam Pengembangan Usaha Mikro di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(3), 155–164.
- Susanti, N., & Pratama, R. (2023). Literasi Digital dan Kemandirian Ekonomi Keluarga di Pedesaan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 8(1), 45–57.