

Prosiding-Semnas-2022-vol-1-
205-210-PELATIHAN-
PEMBUATAN-KONTEN-MEDIA-
SOSIAL-BAGI-REMAJA-KHOIRU-
UMMAH
by Eny Setyowati

Submission date: 03-Aug-2023 02:05AM (UTC-0500)

Submission ID: 2140742420

File name: TIHAN-PEMBUATAN-KONTEN-MEDIA-SOSIAL-BAGI-REMAJA-KHOIRU-UMMAH.pdf (818.38K)

Word count: 1710

Character count: 11133

PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL BAGI REMAJA KHOIRU UMMAH

Eny Setyowati

STKIP PGRI Pacitan

email korespondensi: enyines76@gmail.com

Abstrak

Pelatihan pembuatan konten media sosial ini merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk memberikan wawasan, pemahaman, teori, serta motivasi tentang manfaat membuat konten menarik bagi remaja Khoiru Ummah. Remaja Khoiru Ummah adalah remaja yang mengikuti kegiatan pengajaran dan aktivitas lain di Yayasan Khoiru Ummah usai sekolah formal di hari-hari tertentu. Keterampilan pembuatan konten untuk media sosial penting dilakukan karena setiap remaja Khoiru Ummah dan lembaga memiliki akun media sosial yang belum dimanfaatkan dengan maksimal. Metode yang digunakan pada pelatihan diawali dengan observasi dan dialog tentang aktivitas remaja di media sosial, identifikasi kendala yang dihadapi terkait pembuatan konten, ulasan contoh konten media sosial, teori tentang teknik pengambilan gambar, khususnya video menggunakan peralatan yang dimiliki, serta pembuatan konten. Manfaat yang dapat diambil peserta dari kegiatan ini antara lain pemahaman terkait pentingnya mengelola media sosial dengan konten yang menarik, sehingga dapat dijadikan penyaluran hobi, sarana pembentukan citra diri (personal branding), dan sumber penghasilan.

Kata Kunci: konten, media sosial, remaja

PENDAHULUAN

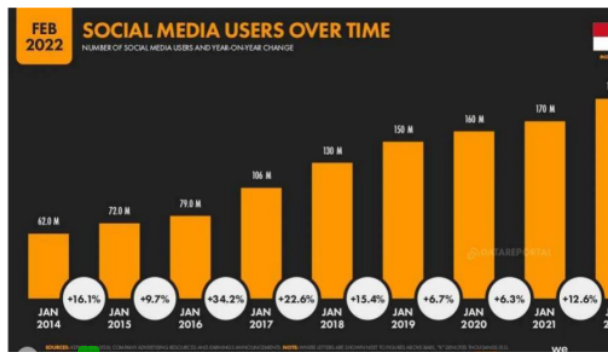
Saat ini keberadaan media sosial menjadi sangat penting bagi masyarakat. Melalui media sosial, masyarakat dapat berinteraksi di mana saja dan kapan saja tanpa halangan. Bahkan media sosial dapat menggantikan komunikasi tatap muka. Selain menggantikan komunikasi tatap muka dan mendekatkan yang jauh, media sosial juga memunculkan peluang pekerjaan dan bisnis baru bagi masyarakat, khususnya di industri kreatif.

Mengutip pendapat Gohar F. Khan dalam buku yang diterbitkan Djend. Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018:4) media sosial adalah sebuah platform berbasis internet yang mudah digunakan dan memungkinkan para pengguna membuat dan berbagi konten informasi, opini, dan minat dalam konteks yang beragam kepada khalayak yang lebih banyak. Kamus Besar Bahasa Indonesia mengartikan media sosial sebagai laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Selain untuk berkomunikasi, melalui media sosial masyarakat juga dapat membangun citra diri, berjualan, berdakwah dan banyak aktivitas lain.

Kaplan dan Andreas (2010) dalam Widyasari, dkk. (2018) mengelompokkan media sosial ke dalam enam jenis, yaitu: (1) proyek kolaborasi, laman di internet yang mengizinkan penggunanya untuk mengubah, menambah, atau bahkan menghapus konten yang ada, contoh wikipedia; (2) blog dan microblog, yaitu halaman pribadi tempat pengguna atau pemiliknya secara bebas menuliskan informasi atau mengungkapkan ide, perasaan, bahkan

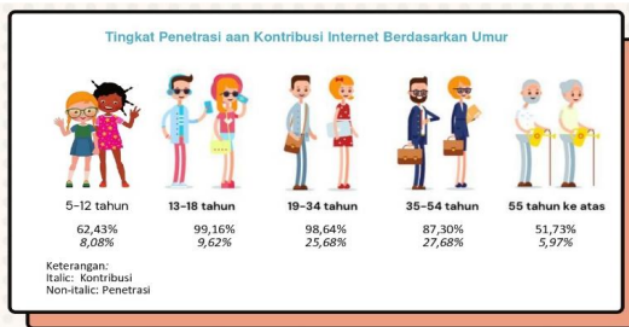
kritikan, seperti *blogger* dan twitter; (3) komunitas konten atau *website multimedia sharing*, contohnya YouTube, Pinterest, Instagram; (4) jejaring sosial, platform yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan pengguna lainnya dengan cara membuat profil berisi informasi pribadi, mengundang teman, untuk mengakses profil tersebut hingga berkirim pesan, seperti Facebook; (5) *virtual games worlds*, platform yang mereplikasi dunia tiga dimensi sehingga pengguna dapat berinteraksi satu sama lain dalam suatu permainan melalui avatar selayaknya di dunia nyata, misalnya *mobile legend*; (6) *virtual social worlds*, platform yang mirip dengan *virtual games worlds* tetapi interaksi yang diberikan lebih bebas, seperti *second life*.

Pengguna media sosial di dunia, khususnya Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Data yang dilansir We Are Social tahun 2022 menunjukkan pengguna perangkat *mobile*, internet dan media sosial di Indonesia mengalami peningkatan. Pengguna internet tahun 2021 tercatat sebanyak 202,6 juta, sedangkan tahun 2022 mencapai 204,7 juta, mengalami kenaikan sebesar 1%. Pengguna media sosial aktif tahun 2022 mencapai 191,4 juta, sementara di tahun 2021 tercatat 170 juta, naik 12,6%.



Gambar 1. Data Pengguna Media Sosial di Indonesia
(Sumber: <http://www.hootsuite.com/> 2022)

Media sosial dapat diakses dengan jaringan internet. Hasil survei Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia (APJII) 2022 menunjukkan usia remaja atau usia sekolah masuk dalam kontribusi besar dalam menggunakan internet. Usia 13-18 tahun mencapai 9,62%, sementara usia 19-34 tahun sebesar 25,68%.



Gambar 2. Data Penggunaan Internet Berdasarkan Umur
(Sumber: <https://apjii.or.id/> 2022)

8 Berdasarkan data pengguna media sosial dan kontribusi penggunaan internet oleh remaja pada gambar 1 dan gambar 2 di atas menunjukkan angka signifikan, sehingga perlu memberikan pengetahuan dan keterampilan terkait pemanfaatan internet dan media sosial untuk aktivitas yang kreatif dan produktif pada remaja. Salah satu keterampilan yang wajib dimiliki agar media sosial menarik dan membawa manfaat untuk diri sendiri dan orang lain adalah kemampuan membuat konten. Konten sendiri dapat diartikan sebagai informasi yang diproduksi secara elektronik. Seseorang yang membuat konten disebut kreator konten. Pada era digital saat ini kreator konten (*content creator*) merupakan salah satu pekerjaan dalam bidang industri kreatif yang menjanjikan.

Berdasarkan hal tersebut penting untuk memberikan keterampilan kepada remaja, termasuk remaja Khoiru Ummah terkait pembuatan konten. Remaja Khoiru Ummah yang terdiri atas siswa sekolah tingkat pertama (SMP), sekolah tingkat atas (SMA) dan mahasiswa ini adalah remaja di Yayasan Khoiru Ummah yang melakukan kegiatan keagamaan, sosial, dan keterampilan hidup (*life skills*). Keanggotaan dan kegiatan para remaja yang positif ini perlu dan penting dipublikasikan ke dalam sebuah konten positif dan menginspirasi. Beberapa alasan yang memperkuat potensi tersebut antara lain: kepemilikan piranti membuat konten, seperti gadget, kepemilikan akun media sosial; hobi; dan kegiatan komunitas.

Hasil observasi dan wawancara terhadap remaja Khoiru Ummah terkait pemahaman dan keterampilan pembuatan konten pada media sosial menyebutkan bahwa sebagian besar memanfaatkan akun media sosial yang dimiliki hanya sebatas unggah foto atau video tanpa dikonsepsi serta belum menguasai teknik pembuatan konten, khususnya video dengan baik. Sehingga diperlukan pelatihan untuk menambah pemahaman dan kemampuan pembuatan konten.

14

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Yayasan Khoiru Ummah yang beralamatkan di Dusun Jelok Desa Kayen Kecamatan/Kabupaten Pacitan. Berdasarkan observasi, remaja pengajian Khoiru Ummah yang terdiri atas remaja yang duduk di bangku SMP, SMA dan sederajat, serta mahasiswa mempunyai kegiatan rutin pengajian, sosial, dan peningkatan kecakapan hidup yang terjadwal setelah jam sekolah formal. Rencana kegiatan pengabdian berupa pelatihan ini dikemas dalam bentuk poster dan bersurat yang disampaikan kepada pihak yayasan secara langsung dan melalui grup whatsapp. Pelatihan dilakukan dengan narasumber praktisi dari Program studi Pendidikan Informatika STKIP PGRI Pacitan yang telah mengikuti Magang dan Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka. Usai kegiatan peserta praktik membuat konten dan diunggah di akun media sosial yang dimiliki. Hal ini dilakukan agar apa yang didapatkan peserta dalam pelatihan dapat diaplikasikan langsung. Berikut bagan tahap pelaksanaan kegiatan. Berikut bagan tahap pelaksanaan kegiatan.

4



HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan konten media sosial pada remaja Khoiru Ummah dilaksanakan berdasarkan observasi kebutuhan dalam pembuatan konten media sosial. Kebutuhan tersebut meliputi peningkatan pemahaman terkait literasi digital, khususnya pemanfaatan media sosial untuk hal yang bermanfaat, pemahaman cara membuat atau teknik memproduksi konten, dan pemahaman terkait peralatan yang diperlukan dalam pembuatan konten.

Interaksi langsung dengan peserta pelatihan menunjukkan bahwa semua peserta memiliki gadget atau telepon pintar dan akun media sosial. Akun media sosial yang dimiliki berupa instagram, facebook, dan twitter. Instagram menjadi akun media sosial yang sering digunakan. Peserta masih sebatas melihat status dan unggahan dari akun yang diikuti dan minim mengunggah konten.



Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Konten di Yayasan Khoiru Ummah

Konten media sosial yang diunggah peserta, baik secara pribadi maupun komunitas adalah kegiatan dan hobi yang tanpa dikonsepsi terlebih dahulu. Sehingga pemateri memberikan pemahaman terkait pentingnya mengunggah konten yang tidak hanya sekedar foto atau video, tetapi foto atau video yang diberi keterangan atau *caption* yang menarik. Sehingga siapapun yang melihat akan terbantu dengan keterangan yang disampaikan. Pemateri memberikan contoh akun-akun yang memiliki unggahan foto dan video untuk menginspirasi peserta membuat hal yang lebih terkonsep.

Ide atau gagasan konten merupakan salah satu alasan minimnya peserta mengunggah konten di media sosial. Terkait hal tersebut, peserta diajak untuk memulai dari kegiatan pribadi, seperti sekolah, kuliah, dan hobi yang digemari serta kegiatan komunitas untuk dijadikan konten. Peserta ditunjukkan contoh konten keseharian yang diunggah oleh kreator konten yang dapat dijadikan inspirasi.

Peralatan membuat konten menjadi salah satu pertanyaan yang disampaikan oleh peserta, karena tidak semua peserta memiliki kamera yang standar profesional. Sebagai pemula, peralatan terbaik yang dapat digunakan adalah apa yang dimiliki. Dengan peralatan yang dimiliki akan memudahkan peserta membuat konten dengan kreativitas yang terus ditingkatkan. Telepon pintar atau gadget yang dimiliki peserta adalah modal utama dalam pembuatan konten. Sehingga peserta dapat langsung menggunakan dan mempraktikkannya di lokasi pelatihan.

Materi video yang diberikan kepada peserta berupa pengenalan medium video, pengenalan jenis dan format konten video, *manpower*, *videografer*, dan proses produksi (pra, produksi, *post*). Materi yang berupa pengenalan sampai bagaimana memproduksi konten video menjadi pembahasan yang menarik dalam pelatihan, karena peserta diberi pemahaman lebih terkait ilmu dan pekerjaan yang terbuka terkait dengan keterampilan di bidang ini. Pada materi ini juga diberikan teknik pascaproduksi yang membahas tentang bagaimana membuat efek pada video yang diambil, pembuatan keterangan berupa kata, dan kalimat yang sesuai unggahan serta waktu mengunggah dalam akun media sosial. Sebagai penutup pelatihan, peserta membuat unggahan berupa foto atau video pada akun media sosial yang dimiliki sebagai langkah awal praktik membuat konten.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan di Yayasan Khoiru Ummah dapat disimpulkan bahwa pengetahuan terkait pentingnya pemanfaatan media sosial perlu diberikan kepada remaja. Beberapa kendala yang dihadapi saat akan membuat konten adalah ide/gagasan konten yang akan dibuat, dan keterampilan pengambilan video untuk konten perlu dilatihkan. Beberapa solusi yang diberikan adalah memanfaatkan peralatan yang dimiliki, rajin membuat konten dari aktivitas harian yang dilakukan atau hobi yang dimiliki, rajin membuat konten dan mengunggahnya meskipun sedikit yang melihat dan menyukai, selalu meningkatkan keterampilan terkait pembuatan konten.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikara, dkk. 2021. *Remaja Cakap Digital: Panduan Menjadi Generasi Z yang Lihai Bermedia Digital*. Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Yogyakarta.
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik. 2018. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika,
- Noviantari, Hardiana. (Ed.). 2018. *Panduan Jadi Konten Kreator Berani Baik*. www.hipwee.com/ebook.

Infodatin. Jakarta: Kemenkes RI.

<https://apjii.or.id/>. Diakses 31Desember 2022

<http://www.hootsuite.com/>. Diakses 31Desember 2022

<https://campus.quipper.com/careers/content-creator>. Diakses 31Desember 2022

<https://romeltea.com/pengertian-content-creator-profesi-baru-era-internet/>. Diakses 31 Desember 2022

Prosiding-Semnas-2022-vol-1-205-210-PELATIHAN-PEMBUATAN-KONTEN-MEDIA-SOSIAL-BAGI-REMAJA-KHOIRU-UMMAH

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.itekes-bali.ac.id Internet Source	4%
2	romeltea.com Internet Source	4%
3	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	2%
4	jppipa.unram.ac.id Internet Source	2%
5	Rizky Oktarina Costa, Roomilda Roomilda. "Pembuatan Konten pada Media Sosial Instagram sebagai Strategi Kreatif dalam Pengembangan UMKM", Jurnal Pengabdian Masyarakat (abdira), 2022 Publication	1%
6	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
7	www.researchgate.net Internet Source	1%

8	es.scribd.com Internet Source	1 %
9	nellachristy.wordpress.com Internet Source	1 %
10	taufiqurrokhman.wordpress.com Internet Source	1 %
11	ebook3d.bit.lipi.go.id Internet Source	1 %
12	jatengprov.go.id Internet Source	1 %
13	m.valora.co.id Internet Source	1 %
14	stiapembangunanjember.ac.id Internet Source	1 %
15	umisman1mojo.wordpress.com Internet Source	1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On