

PENGENALAN KONTEN KREATOR PADA SISWA SMP TARSISIUS I

Ida Puspitowati¹, Febby Setiawan Salu² & Richie Lie³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta
Email: idap@fe.untar.ac.id

ABSTRACT

Digitization has become a necessity across all layers of society and all fields of activity, including education. The utilization of technology by the public is employed to support various activities. Society's reliance on social media, through various social media platforms such as Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, and others, opens up new job opportunities related to technology and digitization. Digitization enables broader connections, thus often utilized in marketing and production fields. Social media is a platform that allows users to create, share, and participate in content. The increasing use of social media further opens up new opportunities in pursuing professions in the digital era, one of which is becoming a Content Creator. Content created is not only beneficial for production and marketing fields but also for education, where students can use it for learning purposes. Content creation may seem easy to the layperson, but in reality, it is not, as a content creator needs to consider engagement, awareness, and personal branding. With this understanding, it is necessary for students at SMP Tarsisius I to be introduced to becoming content creators, to avoid encountering difficulties in starting to create content. They can then choose social media platforms for distributing their content.

Keywords: Content creator, social media.

ABSTRAK

Digitalisasi merupakan suatu hal yang sudah menjadi kebutuhan pada semua lapisan masyarakat dan semua bidang kegiatan, tidak terkecuali pendidikan. Pemanfaatan teknologi bagi masyarakat digunakan untuk mendukung kegiatan. Ketergantungan masyarakat dengan penggunaan media sosial, melalui beragam alat media sosial seperti facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok dan lainnya, membuka peluang pekerjaan baru berkaitan dengan teknologi dan digitalisasi. Digitalisasi memungkinkan hubungan yang semakin luas, sehingga sering dimanfaatkan dalam bidang pemasaran, produksi. Media sosial merupakan platform yang memungkinkan penggunanya untuk membuat, berbagi, dan berpartisipasi dalam konten. Peningkatan penggunaan media sosial selanjutnya membuka peluang baru dalam menjalani profesi pada era digital, salah satu diantaranya menjadi seorang Konten Kreator. Konten yang dibuat tidak hanya bermanfaat bagi bidang produksi dan pemasaran, namun juga dapat bermanfaat bagi Pendidikan, dimana siswa bisa menggunakannya berkaitan dengan pembelajaran dan Pendidikan. Pembuatan konten dalam pandangan awam dianggap mudah, namun sesungguhnya tidak demikian, karena seorang konten kreator perlu memikirkan engagement, awareness, personal branding. Dengan pemahaman tersebut, perlu bagi siswa SMP Tarsisius I untuk mendapatkan pengenalan menjadi konten kreator, agar tidak mengalami kendala dalam memulai membuat konten. Selanjutnya dapat memilih media sosial yang dapat digunakan dalam mendistribusikan konten.

Kata kunci: Konten creator, media sosial.

1. PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Era digitalisasi 4.0 memiliki peran dalam berbagai bidang kehidupan. Kemajuan teknologi dan pemanfaatan teknologi menjadi sangat penting dalam berbagai aspek seperti pemasaran, produksi, bahkan pendidikan. Pemanfaatan teknologi digunakan untuk mendukung semua kegiatan. Pemanfaatan media sosial semakin banyak digunakan di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Peran media sosial sangat penting untuk penyebaran informasi (Fitriani, 2017). Penggunaan media sosial di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, hal ini diperkuat oleh laporan bahwa pada bulan Januari 2023, jumlah individu yang aktif menggunakan media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang, setara dengan 60,4% dari total populasi (Data Indonesia, 2023). Digitalisasi memanfaatkan teknologi internet yang membuat nyaman konsumen dilihat dari segi kemudahan akses dan kepraktisan (Larasasti et al., 2022)

Ketergantungan masyarakat dengan penggunaan media sosial, melalui beragam alat media sosial seperti facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok dan lainnya, menjadikan subjek semakin berperan dan diminati baik bagi pemasaran bahkan branding dimana media sosial memungkinkan hubungan lebih personal anatar pelanggan dengan pemasok, selanjutnya semakin memperdalam hubungan (Kaplan dan Hainlein, 2010). Media sosial merupakan platform yang memungkinkan penggunaanya untuk membuat, berbagi, dan berpartisipasi dalam konten. Peningkatan penggunaan media sosial selanjutnya membuka peluang baru dalam menjalani profesi pada era digital, salah satu diantaranya menjadi seorang Konten Kreator.

Pilihan pekerjaan sebagai konten creator, nampaknya sepele, dikarenakan penggunaan sosial media sudah menjadi bagian dari kegiatan sehari-hari yang sangat mudah dipahami, bahkan dalam pengoperasiannya. Sesungguhnya, konten kreator dan media sosial tidak sederhana saja, karena merupakan hal yang kompleks. Sebagai seorang *content creator*, pembuatan konten dalam pandangan awam dianggap mudah, namun sesungguhnya tidak demikian, karena seorang konten kreator perlu memikirkan *engagement*, *awareness*, *personal branding* hingga alur cerita yang ingin disampaikan. Hal ini mengingat konten creator saat ini sangat dekat dengan pemasaran suatu barang. Tidak hanya terbatas pada pemasaran, penyebaran konten pada berbagai media sosial memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi, penyebaran berita, bahkan kegiatan jual beli. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) disamping berdampak pada dunia industri, sekaligus juga memberikan dampak yang signifikan pada dunia pendidikan. (Karim et al., 2018)

SMP Tarsisius I merupakan salah satu SMP di Jakarta Barat yang telah memanfaatkan teknologi, dengan adanya Pandemi Covid -19, dimana proses pembelajaran yang harus tetap berjalan, sehingga sekolah baik guru dan siswa memanfaatkan teknologi yang ada. Hal ini menjadikan siswa guru dan siswa sudah terbiasa dengan teknologi, terutama penggunaan media sosial. Sejalan dengan perkembangan pemanfaatan media sosial dengan munculnya bidang pekerjaan sebagai konten kreator, maka siswa juga perlu untuk memahami pembuatan konten kreator yang dapat digunakan berkaitan dengan kegiatan sekolah. Siswa SMP sebagai bagian dari generasi milenial sangat identik dengan aktivitas sosial media. Dari keadaan tersebut, perlu dilakukan pengenalan konten kreator, dimana hasil yang dicapai siswa dapat digunakan berkaitan dengan tugas sekaligus meningkatkan kreativitas.

Permasalahan Mitra

Pada saat ini perkembangan proses pembelajaran, kemampuan siswa dalam pemanfaatan media sosial, perlu untuk diarahkan. Dengan kemampuasn generasi milenial yang sangat dekat dengan teknologi, dengan pandangan pilihan pekerjaan yang berkaitan dengan media sosial, salah satunya sebagai konten kreator, sebagaimana yang diperoleh oleh Majid et al. (2022) dimana banyak anak muda sebagai angkatan kerja muda zaman sekarang berupaya belajar bagaimana menjadi seorang konten kreator. Dengan demikian, perlu bagi siswa SMP untuk diperkenalkan mengenai konten kreator.

Pembuatan konten yang selanjutnya dapat didistribusikan melalui media sosial yang akan dipilih, untuk dapat menyebarkan informasi sebagaimana tujuan yang dikehendaki. Pengenalan konten kreator perlu diberikan kepada siswa untuk dapat memahami dimana konten kreator tidak hanya sebatas membuat video tanpa memperhatikan beberapa aspek *engagement*, *awareness*, *personal branding*. Aspek tersebut tidak hanya konten berkaitan dengan pemasaran sebagaimana dikenal, namun juga menjadi acuan konten kreator, karena sebagai seorang konten kreator, individu harus mampu membentuk *personal branding*nya sebagai cara untuk

meningkatkan nilai jualnya sehingga dapat menarik lebih banyak khalayak (Yusanda, Darmastuti, & Huwae, 2021).

Solusi Permasalahan

Berdasarkan latar belakang analisis situasi yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka tim abdimas mengajukan beberapa solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra antara lain sebagai berikut:

- 1) Penyesuaian persepsi permasalahan yang diharapkan pada siswa Sekolah Menengah Pertama Tarsisius I Jakarta Barat, dalam memberikan pemahaman dalam pengetahuan tentang konten kreator. Sejauh mana kebutuhan siswa untuk memahami sebagai seorang konten kreator untuk mendukung siswa;
- 2) Memanfaatkan waktu dan jam usai kegiatan pembelajaran siswa untuk memperoleh pengetahuan tentang pembuatan konten;
- 3) Mempersiapkan materi untuk memperkenalkan siswa dapat memahami sebagai konten kreator, sekaligus menggali kreativitas siswa dalam pembuatan konten, memilih media sosial yang akan digunakan dalam mendistribusikan konten dan siswa memahami masalah pokok yang harus diperhatikan dalam pembuatan konten; dan
- 4) Melaksanakan kegiatan pengenalan konten kreator bagi siswa, melalui beberapa hal, yakni sebagai : (a) Memahami pengenalan konsep dan prinsip konten kreator (definisi konten kreator, memahami karir, proses bisnis, sumber pendapatan, keterampilan dasar dan *mindset* seorang *content creator*), memahami *softskill* yang perlu dimiliki, memahami karakteristik setiap media digital, memahami etika dan prinsip penciptaan ide konten, hak cipta UU ITE; (b) Membuat perencanaan konten antara lain memilih media digital untuk target konten, membuat naskah, penggunaan konten *planning*; (c) Memproduksi konten, biasa dengan video (mempersiapkan, pengoperasian kamera *smartphone* untuk pembuatan video, teknik videografi); (d) Mengedit video; dan (e) Mempublikasikan konten di media sosial.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam pendampingan dimulai dengan tim Abdimas melakukan investigasi mengenai kegiatan ekstrakurikuler dan kurikulum pembelajaran pada Sekolah Menengah Pertama Tarsisius I Jakarta Barat.

Untuk mendukung agar kegiatan dapat berjalan dengan baik maka kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan tahapan sebagai berikut:

- 1) Tahap Analisis Kebutuhan Masyarakat
Pada pertemuan awal, tim abdimas akan melakukan investigasi mengenai kebutuhan pembelajaran pengetahuan mengenai konten kreator yang dibutuhkan pada SMP tarsisius I. Dari pertemuan ini dapat diketahui bentuk kegiatan ekstrakurikuler dan kurikulum yang digunakan.
- 2) Tahap Persiapan
Pada tahap ini akan dilakukan rapat persiapan mulai dari perencanaan sampai persiapan Pengenalan konten kreator yang akan diberikan kepada siswa SMP Tarsisius I.
- 3) Tahap Pelaksanaan
Pelaksanaan terdiri dari : (a) Sesi pertama adalah sesi penyiapan materi pengenalan konten creator; dan (b) Sesi kedua adalah pemberian pelatihan singkat sebagai upaya untuk memperkenalkan konten kreator bagi siswa dan menumbuhkan kreativitas siswa dengan pemanfaatan digitalisasi yang sering diakses oleh siswa.

4) Tahap Evaluasi

Tim pelaksana akan mempersiapkan evaluasi untuk mengetahui apakah pengenalan pengetahuan konten kreator sudah dapat memenuhi kebutuhan mendasar dari pengenalan konten kreator, sudah dapat memenuhi penyelesaian masalah yang dihadapi oleh mitra. Tahap evaluasi juga ingin mengetahui seberapa jauh kreativitas siswa dapat terbentuk dalam mendorong minat berwirausaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Creative digital adalah kemampuan untuk menciptakan hal-hal baru dalam menggunakan teknologi seperti komputer, *smartphone*, dan perangkat digital lainnya. Seperti contoh, membuat gambar, video, musik, dan aplikasi. Kreativitas digital juga melibatkan pemecahan masalah dengan cara baru, berkolaborasi dengan orang lain secara *online*.

Manfaat dan dampak terkait dengan kreativitas digital sebagai berikut :

Manfaat: Mengasah kemampuan untuk menganalisis dan memecahkan masalah dengan cara yang kreatif dan Mengasah kemampuan untuk menganalisis dan memecahkan masalah dengan cara yang kreatif.

Dampak: Mengasah kemampuan untuk menganalisis dan memecahkan masalah dengan cara yang kreatif, Dapat beradaptasi dengan teknologi terbaru dan *Up to date* dengan trend.

Konten Video

Konten video adalah Konten video adalah media yang menyampaikan informasi, cerita, atau hiburan melalui format visual dan audio. Konten video lebih menarik dan mudah dicerna oleh dibandingkan dengan teks atau gambar, video dapat dibagikan dengan mudah di berbagai platform media sosial. Berikut ini berupa contoh gambar *content creator*, yakni sebagai berikut:

Gambar 1

Vlog



Gambar 2

Gameplay



Gambar 3
Tutorial



Langkah-langkah penting dalam membuat konten video, yaitu: langkah pertama: Menentukan ide (pilih topik yang menarik), langkah kedua: Membuat skrip (tuliskan apa yang akan disampaikan), langkah ketiga: Pengambilan gambar (rekam video dengan *smartphone*), langkah keempat: *Editing* (gunakan aplikasi untuk mengedit video). Kemudian, terdapat empat langkah dalam membuat konten gambar, yaitu: langkah pertama: Menentukan ide (pilih topik yang menarik), langkah kedua: Membuat skrip (tuliskan apa yang akan disampaikan), langkah ketiga: Pengambilan gambar (rekam video dengan *smartphone*), langkah keempat: *Editing* (gunakan aplikasi untuk mengedit video).

Gambar 4
Poster



Gambar 5
Poster



Gambar 6
Informasi



Gambar 7
Informasi



REFERENSI

- Data Indonesia. (2023, Februari 3). Pengguna media sosial di indonesia sebanyak 167 juta pada 2023. DataIndonesia.id. Diakses pada (2024, Februari 28) dari: <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148-152. <https://doi.org/10.31294/p.v19i2.2120>
- 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>
- Karim, R. A., Abu, A. G. B., Adnan, A. H. M., & Suhandoko, A. D. J. (2018). The use of mobile technology in promoting education 4.0 for higher education. *Advanced Journal of Technical and Vocational Education*, 2(3), 34-39. <https://doi.org/10.26666/rmp.ajtve.2018.3.6>
- Larasati, T. A., Pradiptya, A., & Mawardani, M. (2022). Penerapan digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk ayana store pati. *Solusi*, 20(4), 397-402. <http://dx.doi.org/10.26623/slsi.v20i4.6055>

- Majid, N. W. A., Fauzi, A., Sari, D. P., Ridwan, T., Widodo, S., Meyriska, N., Adawiyah. R. A. A. & Nurunnisa, M. (2022). Pengembangan keterampilan digital content creator pelajar tingkat menengah atas di kabupaten Purwakarta. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(2), 283-291. <http://dx.doi.org/10.30595/jppm.v5i2.9898>
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi personal branding melalui media sosial instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41-52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>