

PENDAMPINGAN PEMBUATAN CONTEN KREATIF MEDIA SOSIAL BAGI PEMUDA DI KAMPUNG YOUTUBER DESA POSONG TAPEN BONDOWOSO

Muhalli¹, Akhmad Ghasi Pathollah²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Togo Ambarsari Bondowoso
e-mail korespondensi: muhalliisfi@gmail.com

ABSTRAK

Artikel ini bertujuan untuk menginternalisasikan aspek teoritik dan penguatan kecakapan praktik dalam pembuatan pembuatan konten kreatif media social. Adapun objek pengabdian dalam kegiatan ini adalah pemuda di Desa Posong Tapan Bondowoso, yang dikenal sebagai Kampung Youtuber. Di sisi lanjutannya, pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pemuda dalam pembuatan konten, termasuk teknik pengeditan video, penulisan skrip, penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak, serta strategi pemasaran. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pendalaman empirik, penguatan teoritik, dan pelaksanaan praktik berbasis *output*. Melalui program ini, hasil pengabdian masyarakat adalah pemuda dapat menghasilkan konten yang lebih menarik dan berkualitas tinggi, serta mengembangkan potensi ekonomi mereka melalui monetisasi konten dan kolaborasi dengan merek. Selain itu, pendampingan juga mencakup pemahaman tentang hak cipta dan aspek hukum yang berkaitan dengan pembuatan konten, untuk melindungi karya mereka. Dengan demikian, program ini tidak hanya berfokus pada pengembangan keterampilan kreatif, tetapi juga pada pemberdayaan pemuda untuk menciptakan peluang kewirausahaan digital yang berkelanjutan. Hasil dari pendampingan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pemuda, baik dalam aspek kreatif maupun ekonomi.

Kata Kunci : *Konten Kreatif, Media Sosial, Pemuda*

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform penting bagi individu, terutama pemuda, untuk mengekspresikan kreativitas dan berbagi informasi. Di Indonesia, fenomena Kampung Youtuber menunjukkan bagaimana pemuda dapat memanfaatkan platform ini untuk menciptakan konten yang menarik dan berpotensi menghasilkan pendapatan. Namun, meskipun banyak pemuda yang memiliki minat dalam pembuatan konten, mereka sering kali menghadapi kendala dalam hal pengetahuan dan keterampilan teknis yang diperlukan untuk menghasilkan konten

berkualitas. Hal ini menunjukkan adanya urgensi untuk melakukan pendampingan dalam pembuatan konten kreatif media sosial.

Fakta menunjukkan bahwa banyak pemuda di desa-desa, termasuk Desa Posong Tapen Bondowoso, masih kurang mendapatkan akses terhadap pelatihan dan pendidikan yang memadai dalam bidang ini. Menurut penelitian sebelumnya, kurangnya pemahaman tentang teknik pengeditan video, penulisan skrip, dan strategi pemasaran konten menjadi salah satu penyebab utama rendahnya kualitas konten yang dihasilkan oleh pemuda di daerah tersebut¹. Kesenjangan ini menunjukkan perlunya intervensi yang lebih terstruktur untuk memberdayakan pemuda agar dapat bersaing di dunia digital. Status pengabdian ini berupaya untuk mengoreksi kekurangan yang ada dalam pengabdian sebelumnya, yang sering kali hanya memberikan informasi tanpa adanya pelatihan praktis yang mendalam. Dengan pendekatan yang lebih komprehensif, pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan yang tidak hanya mencakup teori, tetapi juga praktik langsung dalam pembuatan konten kreatif. Kebaruan dari pengabdian ini terletak pada pendekatan kolaboratif yang melibatkan komunitas lokal, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya untuk menciptakan program yang responsif terhadap kebutuhan pemuda.

Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemuda di Desa Posong Tapen Bondowoso dalam pembuatan konten kreatif media sosial, serta membantu mereka mengatasi kendala teknologi yang dihadapi. Dengan demikian, diharapkan pemuda dapat menjadi konten kreator yang sukses secara finansial dan menciptakan peluang kerja yang berkelanjutan di era digital ini.

Dari kajian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa ada persamaan yakni di objek yang sama satu daerah yakni Desa Posong Tapen Kabupaten Bondowoso dan sasaran dari pendampingan ini, sama jenis yakni pendampingan terhadap youtuber yang pesertanya adalah kebanyakan dari kalangan pemuda desa. Perbedaan dalam pengabdian yang penulis ajukan ini

adalah pendampingan untuk membuat konten kreatif di media sosial yang cakupannya luas yang meliputi teknik pengeditan video, penulisan skrip, penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak, serta strategi pemasaran konten bahkan salah satunya mengenai hak cipta. Tentang hak cipta akan dilakukan pendampingan lanjutan sebagai upaya agar peningkatan hak paten dalam setiap karya terjamin dan dilindungi oleh undang-undang.

METODE PENGABDIAN

Pengabdian ini merupakan program pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan konten kreatif media sosial bagi pemuda di Kampung Youtuber, Desa Posong Tapen Bondowoso. Program ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan teknis dan pemahaman tentang aspek hukum dan etika dalam pembuatan konten. Program ini akan dilaksanakan selama 6 bulan, dimulai dari Januari hingga Juni 2024. Kegiatan akan dilakukan di Desa Posong Tapen Bondowoso, dengan lokasi pelatihan di balai desa dan ruang terbuka yang mendukung kegiatan praktis. Target dari pengabdian ini adalah pemuda berusia 15-30 tahun yang tinggal di Desa Posong Tapen Bondowoso. Diharapkan sekitar 30-50 pemuda dapat berpartisipasi dalam program ini. Subjek pengabdian terdiri dari pemuda yang memiliki minat dalam pembuatan konten kreatif, serta para mentor yang berpengalaman dalam bidang media sosial, produksi konten, dan pemasaran digital.

Prosedur pelaksanaan pengabdian ini meliputi beberapa tahapan sebagai berikut: (1) Melakukan identifikasi kebutuhan pemuda melalui survei dan wawancara untuk memahami kendala yang dihadapi dalam pembuatan konten (2) Mengadakan sesi pelatihan yang mencakup (3) Teknik pembuatan konten (video, foto, tulisan) (4) Penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak untuk editing (5) Strategi pemasaran konten di media sosial (6) Pemahaman tentang hak cipta dan etika dalam pembuatan konten (6) Memberikan bimbingan langsung kepada peserta dalam pembuatan konten, termasuk feedback dan evaluasi dari mentor.

Mengukur hasil pelatihan melalui penilaian keterampilan dan kualitas konten yang dihasilkan oleh peserta, Instrumen yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi, Kuesioner untuk mengidentifikasi kebutuhan dan pengetahuan awal peserta. Rubrik penilaian untuk mengevaluasi keterampilan dan kualitas konten yang dihasilkan. Alat perekam dan perangkat lunak editing untuk praktik pembuatan konten.

Teknik analisis data yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi, Menggunakan wawancara dan diskusi kelompok terfokus untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang pengalaman peserta selama pelatihan, menggunakan data dari kuesioner untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Data ini akan dianalisis menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan hasil pelatihan, program ini akan dimodifikasi berdasarkan umpan balik dari peserta selama pelatihan untuk memastikan relevansi dan efektivitas materi yang diajarkan. Melibatkan pemangku kepentingan lokal, seperti pemerintah desa dan organisasi pemuda, untuk mendukung keberlanjutan program dan menciptakan jaringan bagi peserta setelah pelatihan selesai. Dengan mengikuti metode ini, diharapkan pemuda di Desa Posong Tapen Bondowoso dapat mengembangkan keterampilan pembuatan konten kreatif yang tidak hanya bermanfaat secara pribadi tetapi juga dapat memberikan dampak positif bagi komunitas mereka.

PEMBAHASAN

Konten Kreatif/Content Creator sebagai Bagian dari Era Digital

Konten kreatif dimaknai sebagai profesi penyuntingan konten atau isi informasi yang disampaikan baik dalam bentuk tulisan, gambar, audio visual, video, atau animasi dan lain sebagainya. Dikemas dalam bentuk hiburan, informasi ataupun edukasi. Tujuan utama dari content creator sendiri ialah dalam hal menarik followers. Semakin konten menarik semakin tinggi intensitas audiense dalam melihat tayangan. Kreator konten adalah orang yang memiliki kegiatan menyebarkan informasi yang

ditransformasikan ke dalam sebuah gambar, video, dan tulisan atau yang biasa disebut sebuah konten. Kemudian konten tersebut disebarluaskan melalui platform dan salah satunya adalah media sosial Instagram. Seiring berjalannya waktu, kini para pengguna Instagram sudah menjadikan media sosial ini sebagai ladang berbisnis, pembentukan product branding, personal branding, dan corporate branding.¹

Kreator konten adalah profesi yang membuat suatu konten baik berupa gambar, tulisan, video suara ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media khususnya media digital seperti Youtube, Instagram, Blogger, dan berbagai platform media sosial lainnya.² Berdasarkan dari kedua teori tersebut konten kreator adalah profesi yang melibatkan pembuatan konten beragam seperti gambar, tulisan, video, dan suara untuk media digital, terutama platform seperti YouTube. Konten kreator bertujuan untuk menyampaikan informasi, hiburan, atau pesan kepada audiens mereka. Dan konten creator merupakan profesi yang mencakup pembuatan konten beragam untuk platform media digital, terutama Youtube.

Pemuda dalam Era Media Sosial

Media sosial adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Ada beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, media yang paling dominan dalam berkomunikasi adalah panca indra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan-pesan yang diterima panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam tindakan.³

¹Silvia, Effendi, and Sukmayadi, *Strategi Content Creator Pada Dakwah Di Media Sosial* (Studi Kasus Pada Instagram @Pejuang.Mahar).

²Daniel Hermawan, *Content Creator Dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding Dalam Media Sosial*, 2019, 12.

³Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011) hlm. 125.

Kemajuan teknologi komunikasi saat ini menunjukkan grafik yang terus meningkat. Bahkan sejak kemunculan jejaring sosial atau media sosial, mengantarkannya pada era budaya populer. Saat ini untuk mengakses media sosial dapat dilakukan dengan cara yang lebih mudah dan cepat, tidak perlu membawa laptop ataupun komputer, cukup melalui smartphone seseorang dapat dengan mudah berkomunikasi kepada siapapun. Selain itu peran media sosial juga mulai tampak menggantikan media massa konvensional dalam menyebarkan berita maupun informasi⁴ Realitas media kini telah mengubah kehidupan masyarakat, sehingga membentuk hiper realitas yang menjadi bagian fungsional dalam berbagai struktur masyarakat, terutama hadirnya televisi dan internet yang mengambil alih fungsi sosial manusia.⁵ Media sosial merupakan platform atau layanan yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan berkomunikasi dengan orang lain melalui internet. Media sosial memungkinkan pengguna untuk membuat profil, mengirim pesan, berbagi gambar, video, dan teks, serta terlibat dalam berbagai aktivitas seperti mengikuti, menyukai, dan berkomentar pada konten pengguna lain.

Pemuda adalah golongan manusia-manusia muda yang masih memerlukan pembinaan dan pengembangan ke arah yang lebih baik, agar dapat melanjutkan dan mengisi pengembangan yang kini telah berlangsung. Pemuda Indonesia dewasa ini sangat beraneka ragam, terutama bila dikaitkan dengan kesempatan pendidikan. Kedudukan pemuda dalam masyarakat adalah sebagai makhluk moral, makhluk sosial. Artinya beretika, bersusila, dijadikan sebagai barometer moral kehidupan bangsa dan pengoreksi. Sebagai makhluk sosial artinya pemuda tidak dapat berdiri sendiri, hidup bersama-sama, dapat menyesuaikan diri dengan norma-

⁴Daniella Putri Islamy, *Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan*, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2015.hlm.13.

⁵Nurul Syobah, *Media dan Saluran Komunikasi Islam* (Artikulasi Media, Dakwah dan Pencitraan Islam), Jurnal Komunikasi dan Sosial Keagamaan, STAIN Samarinda, 2011. Hlm. 49.

norma, kepribadian, dan pandangan hidup yang dianut masyarakat. Sebagai makhluk individual artinya tidak melakukan kebebasan sebebas-bebasnya, tetapi disertai ras tanggung jawab terhadap diri sendiri, terhadap masyarakat, dan terhadap Tuhan Yang maha Esa.

Secara hukum pemuda adalah manusia yang berusia 15-30 tahun, secara biologis yaitu manusia yang sudah mulai menunjukkan tanda-tanda kedewasaan seperti adanya perubahan fisik, dan secara agama adalah manusia yang sudah memasuki fase aqil baligh yang ditandai dengan mimpi basah dan keluarnya darah haid bagi wanita. Di dalam masyarakat, pemuda merupakan satu identitas yang potensial. Kedudukannya yang strategis sebagai penerus cita - cita perjuangan bangsa dan sumber insani bagi pembangunan bangsanya.⁶ Pemuda sering kali dianggap sebagai masa transisi yang penting dalam kehidupan seseorang. Pada periode ini, individu mengalami perubahan fisik, emosional, sosial, dan kognitif yang signifikan. Mereka mulai membangun identitas pribadi, mengeksplorasi minat dan tujuan hidup, dan menghadapi tantangan dalam proses transisi menuju kemandirian. Pemuda juga sering kali dianggap sebagai kekuatan yang potensial dalam masyarakat. Mereka memiliki energi, kreativitas, dan antusiasme yang dapat digunakan untuk menciptakan perubahan positif. Pemuda sering terlibat dalam kegiatan sosial, politik, pendidikan, dan ekonomi, serta berperan penting dalam pembangunan dan transformasi sosial.

Pembuatan Konten Kreatif di Media Sosial

Dalam konteks masyarakat Bondowoso yang masih terjaga dari pengaruh kultur urban, kultur pedesaan begitu melekat dan terjaga dengan baik sehingga penggunaan media sosial belum menyentuh kesadaran ekonomis dan sosial-budaya. Kebanyakan budaya digital memang telah menyebar ke seluruh penjuru kehidupan masyarakat namun secara fungsional masih digunakan secara minimalis untuk *entertainment* atau

⁶https://www.google.com/search?q=pemuda+adalah&oq=pemuda+adalah&gs_l
diakses pada tanggal 29 Juni 2023.

hiburan dalam mengisi waktu luang. Pada bagian ini, penggunaan media digital dan terutama media sosial lebih banyak membunuh waktu dan bahkan menghabiskan uang karena kegiatan ini merupakan kegiatan konsumtif dan bukan produktif.

Untuk memberikan sumbangsih peran dalam hal ini, maka muncul inisiasi dalam mengubah kegiatan konsumtif menjadi produktif dimana kegiatan tersebut bisa membangun pemberdayaan bagi para pemuda dalam membentuk kehidupan yang mandiri, terlebih bisa memberikan bantuan finansial pada keluarga dan masyarakat atau minimal tidak menyumbang kerugian bagi masyarakat secara sosial. Masyarakat pemuda adalah tonggak kemajuan masyarakat karena mereka berperan sebagai pemegang estafet masa depan dan hal itu tidak bisa dengan semena-mena dan sering menganggur tanpa memiliki skill dan pengetahuan yang memadai dalam mengemban tugas tersebut.

Pembuatan konten kreatif yang dilakukan pada komunitas Youtuber di kampung Youtuber di Tapen merupakan bentuk pengabdian masyarakat karena komunitas pemuda yang berperan dan berprofesi sebagai Youtuber ini melakukan pengembangan dan aktifitas dalam kaitan dengan media sosial terutama video yang di-*upload* pada media digital untuk meraup *viewers* yang banyak dan pada akhirnya mendapatkan keuntungan material. Sebagai sebuah komunitas, masyarakat pemuda di kampus ini memiliki kapabilitas dalam menggunakan media *Youtube* namun butuh untuk diberi masukan ide dan gagasan agar konten yang dibangun mampu bernilai pengetahuan dan mampu menyentuh kesadaran masyarakat sehingga bisa menciptakan perubahan yang baik di tengah masyarakat.

Konten kreatif yang dimaksud dalam poin ini adalah bagian video yang menyelipkan nilai-nilai pengetahuan, moral dan estetika sehingga masyarakat meskipun tidak mendapatkan keuntungan material, juga mendapatkan manfaat yang banyak. Maka dari itu, konten kreatif yang dimaksud dalam hal ini adalah konten kreatif yang berkaitan dengan

pendidikan, keislaman dan kesopanan serta lain-lainnya namun tetap dibalut dalam *actions* yang ugahari atau keseharian. Adapun langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut.

Pertama, dalam pembuatan konten kreatif, semuanya berpijak pada pengalaman empiris masyarakat baik yang positif maupun yang negatif. Realitas yang baik disampaikan guna memberikan contoh dan teladan agar ditiru sedangkan realitas yang tidak baik disampaikan agar bisa dihindari dan diantisipasi terjadinya. Banyak hal terjadi setiap hari di tengah masyarakat dan itu adalah pelajaran dan materi konten yang bermanfaat bila dikemas dengan menarik sehingga apa yang ditampilkan dalam konten kreatif adalah realitas yang dekat secara sosial budaya dengan masyarakat pedesaan dan dihadirkan dengan cara yang elegan dan menarik.

Kedua, praktik merumuskan nilai-nilai yang akan disampaikan berdasarkan pada rujukan-rujukan bacaan yang valid sehingga informasi yang disampaikan bisa terhindar dari *hoax* dan benar-benar memberikan penyadaran yang riil bagi masyarakat. Dalam konteks ini, ada unsur teoritik yang harus melandasi dalam membangun tindakan dan realitas yang akan dibidik sebagai bagian dari visualisasi video yang akan disebarluaskan lewat media sosial. Penguatan landasan teoritik ini agar konten yang dibuat tidak asal-asal sebagaimana ditemukan dalam video-video lain di media sosial. Penguatan landasan teoritik ini juga agar proses kreatif dalam membangun konten ini bernafas panjang dan konsisten terhadap nilai-nilai yang diperjuangkan.

Ketiga, pelaksanaan aspek praktik yang berbasis *output* dimana setiap peserta memiliki ruang yang sama dalam mengeksekusi sehingga sampai pada target konten kreatif yang dimaksudkan. Selanjutnya, setiap peserta memberikan presentasi hasil produk yang telah dihasilkan dan apa basis teoritik yang melandasi terbentuknya video konten kreatif yang dipahami dan bukan konten yang dibuat secara asal-asalan.

Dengan demikian, pendampingan pembuatan konten kreatif terhadap *Youtuber* di desa Posong Tapen Bondowoso dilaksanakan dengan beberapa tahapan mulai dari pendasaran empirik, penguatan teoritik dan kemudian diakhiri dengan praktik pembuatan konten kretaif berbasis pada *output*.

KESIMPULAN

Pendampingan pembuatan konten kreatif media sosial bagi pemuda di Kampung *Youtuber*, Desa Posong Tapen Bondowoso, bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemuda dalam menciptakan konten yang menarik dan berkualitas. Melalui program ini, pemuda tidak hanya belajar teknik pembuatan konten, tetapi juga memahami aspek hukum dan etika yang penting dalam industri media sosial. Dengan pendekatan *Community-Based Research (CBR)*, pemuda dapat berpartisipasi aktif dalam proses pembelajaran, sehingga mereka dapat mengatasi kendala yang dihadapi, seperti kurangnya akses ke sumber daya dan pengetahuan teknis.

Dampak yang diharapkan dari pengabdian ini mencakup peningkatan kemampuan pemuda dalam menghasilkan konten berkualitas, pengembangan merek pribadi, serta penciptaan peluang kewirausahaan digital. Program ini juga berpotensi memperkuat ikatan antara pemuda dan komunitas lokal, serta memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan sosial dan ekonomi di daerah tersebut. Secara keseluruhan, pendampingan ini memberikan ruang bagi pemuda untuk mengekspresikan diri, mengeksplorasi minat, dan membangun karir yang sukses dalam

industri konten digital, sekaligus meningkatkan kesadaran mereka tentang hak cipta dan etika dalam pembuatan konten.

DAFTAR PUSTAKA

Silvia, Effendi, and Sukmayadi, *Strategi Content Creator Pada Dakwah Di Media Sosial* (Studi Kasus Pada Instagram @Pejuang.Mahar).

Daniel Hermawan, 2019. *Content Creator Dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding Dalam Media Sosial*, 12.

Hafied Cangara, 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 125.

Ahn, H. Y., & Kim, J. (2017). Motivations for sharing user-generated content on social media: A comparison of Facebook and YouTube. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61(2), 393-413.

Chayko, M. (2018). *Superconnected: The Internet, Digital Media, and Techno-Social Life*. Sage Publications.

Daniella Putri Islamy, 2007. *Pengaruh Online Shop Pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi SMP Islam Cikal Harapan Bumi Serpong Damai (BSD) Kota Tangerang Selatan*, Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta 2015.hlm. 13.