

OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL PADA GENERASI Z MELALUI PELATIHAN *CONTENT CREATOR*

Heri Rahmatsyah Putra¹, Iin Meriza², Irsan Adrianda³, Hijrah⁴,
Junaidi⁵, Ulfa Khairina⁶, Mutia Tisa⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Prodi KPI STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh, Aceh, Indonesia

Email: herirahmatsyahputra@staindirundeng.ac.id¹, iinmeriza@staindirundeng.ac.id²,
irsanadrianda@staindirundeng.ac.id³, hijrah@staindirundeng.ac.id⁴, junaidi@staindirundeng.ac.id⁵,
ulfakhairina@staindirundeng.ac.id⁶, mutiatisa@staindirundeng.ac.id⁷

Abstrak

Perangkat *smartphone* telah berubah menjadi kebutuhan dan gaya hidup bagi generasi z (*gen-z*). Konten yang disajikan dalam media sosial diharapkan dapat menjadi pendorong bagi dunia pendidikan dan kehidupan sosial. Namun tidak menutup kemungkinan segala hal yang dilihat dapat menjadi konsumsi yang tidak layak bahkan merusak. Masa depan *gen-z* hampir bergantung dengan kemajuan internet. Oleh karena itu mereka diharapkan tidak hanya menjadi pengguna dan penikmat konten namun juga harus dapat menjadi seorang *content creator*. Melalui pengabdian ini, berupaya untuk memberikan pengetahuan mengenai pentingnya serta keuntungan menjadi seorang *content creator* yang menarik atau viral. Melalui kegiatan ini didapati hasil ternyata banyak *gen-z* dalam hal ini siswa/i MAN 1 Aceh Barat dan SMAN 2 yang pernah membuat *content video* namun belum maksimal. Mereka belum mendapatkan pengetahuan secara langsung (*pelatihan*) mengenai ide atau materi membuat *content* serta teknik-teknik dalam mengolah *video* menjadi menarik dan layak untuk *diposting* di media sosial.

Kata kunci: *Content creator, gen-z.*

Abstract

Smartphone devices have turned into a necessity and a lifestyle for generation z (*gen-z*). The content presented in social media is expected to be a driving force in the world of education and social life. However, it is possible that everything seen can become inappropriate consumption and even damage. The future of *gen-z* is much like the advancement of the internet. Therefore, they are expected not only to become content users and connoisseurs but also to become content creators. Through this service, we strive to provide knowledge about its importance and become an interesting or viral content maker. Through this activity, it was found that there were many *gen-z* students, in this case, students of MAN 1 Aceh Barat and SMAN 2 who had made video content but were not maximized. They have not received direct knowledge (*training*) about ideas or materials to create content and techniques in processing videos to be interesting and worthy to be posted on social media.

Keywords: *Content creator, gen-z.*

A. PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Bagi generasi z atau yang dikenal dengan istilah gen-z media sosial telah merambat menjadi ‘sahabat baik’ dalam segala aspek kehidupan. Tidak hanya dalam pergaulan sosial, namun kini juga telah menjadi media dalam dunia pembelajaran. Kebutuhan akan informasi dan kesenangan yang diperoleh melalui konten yang disajikan dalam media sosial telah membantuk perubahan budaya yang sangat signifikan. Ketergantungan akan media sosial telah menjadi sebuah kewajaran dalam perkembangan dunia saat ini. Hal ini menjadi dampak nyata dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Fenomena penggunaan media sosial di kalangan masyarakat modern memunculkan peluang bisnis baru dalam bidang industri kreatif. Profesi content creator menjadi satu dari sekian banyak profesi baru yang diciptakan oleh media sosial. Content creator sendiri dapat dibagi menjadi beberapa profesi spesifik, yakni Selebgram, YouTuber, Beauty Vlogger, Endorser, Fotografer, Travel Blogger, dan masih banyak lainnya.(Hermawan, 2018)

Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), mayoritas pengguna internet di kalangan masyarakat Indonesia termasuk dalam kelompok usia 19 – 34 tahun (49,52%), diikuti kelompok usia 35 – 54 tahun (29,55%), kelompok usia 13 – 18 tahun (16,68%), dan kelompok usia di atas 54 tahun (4,24%) (Katadata, 2018). Gen-z saat ini sangat akrab dengan dunia internet atau media sosial. Banyak di antara mereka yang menghabiskan waktu seharian hanya dengan bermain gadget dan ‘berkeliaran’ di media sosial. Banyaknya konten di media, yang bermanfaat maupun tidak sangat memanjakan dan melalaikan mereka, tanpa terpikir bagaimana untuk dapat menciptakan sebuah konten dan menjadi content creator. Melalui kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai penggunaan media sosial serta menjadi seorang content creator.

2. Landasan Konseptual

Berdasarkan teori generasi, pengguna internet di dominasi oleh Generasi z. Gen-z adalah anak-anak yang lahir pada tahun 1995 hingga 2014. Karakteristik Gen-z di Indonesia adalah memilih media sosial sebagai akses informasi (35,2%), menghabiskan waktu 3-5 jam untuk mengakses internet, menjadi ponsel pintar sebagai sarana mengakses internet (90%), dan paling sering mengakses Instagram dan Line. Gen-z dikenal dengan karakter yang serba bisa, lebih individual, lebih global, berpikiran lebih terbuka, lebih cepat terjun ke dunia kerja,

lebih wirausahawan, dan lebih ramah teknologi jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya (Adam, 2017).

Content creator adalah kegiatan menyebarkan informasi yang ditransformasikan kedalam sebuah gambar, video dan tulisan atau disebut sebagai sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarluaskan melalui platform dan salah satunya adalah media sosial instagram. Seiring berjalannya waktu, kini content creator perlu memiliki keahlian khusus. Terlebih lagi, kini para pengguna instagram sudah menjadikan instagram sebagai ladang berbisnis, pembentukan product branding, personal branding dan corporate branding. Dapat disimpulkan bahwa content creator sendiri merupakan wujud dari aktivitas PR kontemporer.

Tugas dari content creator sendiri mengumpulkan ide, data, dan melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten. Menghasilkan content yang sesuai dengan identitas dan branding yang diinginkan. Berusaha memenuhi tujuan yang disepakati dari sebuah content. Misalnya, tujuan promosi, edukasi, menghibur atau memberi informasi. Kemudian menyesuaikan content dengan platform yang dipilih. Dalam hal ini, seorang content creator bisa menghasilkan karya untuk multi-platform. Dan mengevaluasi content yang telah ditayangkan.(Sundawa & Trigartanti, 2018).

3. Tujuan dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan pelatihan content creator bagi generasi z di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 1 Aceh Barat dan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) 2 Meulaboh bertujuan untuk memberikan pemahaman dan kesadaran penggunaan media sosial yang baik dan berguna. Banyaknya content-content yang dapat merusak mental dan moral gen-z dapat berimbas kepada pembentukan generasi muda yang mengarah kepada perbuatan-perbuatan negatif di masa yang akan datang. Memberikan pemahaman bahwa dunia saat ini berada dalam genggaman tangan, untuk meraih kesuksesan dan masa depan yang cerah bukan hanya menjadi pekerja yang menghabiskan waktunya di kantor atau tempat lainnya. Namun dengan menciptakan sebuah content yang dapat menjadi konsumsi publik saat ini juga merupakan jalan untuk mencapai kesuksesan dan penghasilan yang besar. Melatih dengan praktek langsung proses pembuatan content dari mulai penyusunan ide dan materi, pengambilan gambar, hingga tahapan editing dan publikasi konten.

B. PELAKSANAAN

1. Strategi Pencapaian (Jika ada)

Untuk mencapai kegiatan pengabdian yang tepat guna dan terarah, maka dilakukan beberapa langkah sebagai berikut:

- a. Rapat persiapan anggota pengabdian
- b. Membentuk tim dan menentukan tugas masing-masing
- c. Menyusun TOR dan RAB kegiatan
- d. Observasi ke lapangan
- e. Melaksanakan Pelatihan
- f. Melakukan rapat evaluasi

2. Pelaksanaan

Tim yang terlibat dalam kegiatan pengabdian Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh terdiri dari 7 orang dosen tetap yaitu Iin Meriza sebagai ketua prodi, Heri rahmatsyah putra sebagai sekretaris prodi, Irsan Adrianda, Junaidi, Hijrah, Ulfa Khairina, dan Mutia Tisa. 2 orang alumni prodi KPI yaitu Nurul Fahmi dan Mariani, dan 5 orang mahasiswa KPI Zulfan Marlian, Oka Rahmadiyah, Tasya Alifiah, Haris Munawar, dan Aufa Riza. Kegiatan ini dilaksanakan di 2 sekolah yang berbeda yaitu MAN 1 Aceh Barat pada tanggal 15 September 2022 dan di SMAN 2 Meulaboh pada tanggal 18 Oktober 2022. Adapun rangkaian kegiatan yang dilakukan ialah sebagai berikut.

- a. Melakukan pengenalan dan tujuan kegiatan.

Kegiatan ini bertujuan untuk mengenalkan kepada siswa-siswi peserta pelatihan mengenai tim pelaksana dan tujuan kegiatan dilakukan.



Gambar 1. Pengenalan Prodi KPI dan tujuan kegiatan di MAN 1 Aceh Barat



Gambar 2. Pengenalan Prodi KPI dan tujuan kegiatan di SMAN 2 Meulaboh

b. Memberikan materi mengenai dasar-dasar *content creator* dan perencanaan content.

Pemateri memberikan gambaran mengenai pemahaman, keuntungan dan trik jitu untuk menjadi *content creator*.



Gambar 3. Pemaparan Materi 'Apa itu *Content Creator*?' di MAN 1 Aceh Barat



Gambar 4. Penjelasan materi dasar-dasar *content creator* di SMAN 2 Meulaboh

c. Penjelasan mengenai praktek teknik-teknik menjadi *content creator*.

Setelah mendengarkan materi pertama dan kedua, materi berikutnya yaitu teknik dan trik dalam kegiatan membuat sebuah content. Pemateri memperlihatkan contoh sebuah konten yang telah diposting pada media sosial dan mendapatkan *view* dan *like* serta komentar. Kemudian pemateri meminta para peserta pelatihan untuk membuat sebuah konten video dengan menggunakan *smartphone* masing-masing.



Gambar 5. Pemateri menjelaskan teknik pengambilan gambar dalam membuat konten di MAN 1 Aceh Barat



Gambar 6. Kegiatan penjelasan mengenai teknik pembuatan content di SMAN 2 Meulaboh

Dari rangkaian kegiatan yang telah ditampilkan di atas, pelatihan *content creator* bagi generasi milenial menjadi kebutuhan bagi siswa/i di sekolah dalam hal ini MAN 1 Aceh Barat dan SMAN 2 Meulaboh. Hal ini dikarenakan banyak mata pelajaran yang telah menggunakan konten video dan media sosial dalam kriteria materi pembelajaran di kelas. Hampir seluruh siswa/i pernah membuat konten video namun belum mendapatkan hasil yang maksimal

karena masih banyak yang belum mendapat ide yang menarik dan sesuai untuk diposting di media sosial. Serta tahapan edit yang masih terbilang kurang menarik juga menjadi alasan penting bagi pelatihan ini.

C. HASIL DAN KESIMPULAN

Hasil yang diperoleh melalui kegiatan pelatihan *content creator* pihak sekolah menyambut baik dan mengapresiasi penuh terhadap pelaksanaan kegiatan. Hal ini dibuktikan dengan kesediaan para guru dan pengurus sekolah untuk memberikan izin bagi siswa/i yang menjadi peserta pelatihan untuk meninggalkan kelas dan mengikuti kegiatan ini. Serta dukungan dari bidang kesiswaan untuk melibatkan pengurus OSIS dalam kegiatan ini agar memahami dan mendapat ide-ide untuk membuat content mengenai kegiatan sekolah dengan tujuan untuk mengembangkan eksistensi sekolah melalui media sosial.

Dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian pelatihan *content creator* yang dilaksanakan oleh tim prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam STAIN Teungku Dirundeng Meulaboh telah berhasil dan sesuai dalam menjawab kebutuhan serta perkembangan bagi generasi z. Tim pengabdian mengharapkan generasi z dalam hal ini siswa/i dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan tidak hanya menjadi penikmat konten orang lain namun juga dapat menciptakan konten demi menjawab tantangan masa depan.

D. DAFTAR PUSTAKA

- Hermawan, D. (2018). Content Creator dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam Media Sosial. *E-Jurnal Universitas Katolik Parahyangan*, 1, 1–12. [https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472_Daniel_Content creator-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/7824/maklhsc472_Daniel_Content%20creator-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena Content Creator di Era Digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4(2), 438–443. karyailmiah.unisba.ac.id
- Adam, A. (2017, April 28). Tirto.id. Retrieved from Selamat Tinggal Generasi Milenial, Selamat Datang Generasi Z: <https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX>
- Katadata.co.id. (2018, February 1). Ini Media Sosial Paling Populer di Indonesia. Retrieved from Katadata.co.id: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/01/media-sosial-apa-yang-paling-sering-digunakan-masyarakat-indonesia>