

Meningkatkan Kreativitas Generasi Muda Pematang Siantar Dengan Workshop Menjadi Konten Kreator Di Media Sosial

Increasing The Creativity Of Pematang Siantar Youth With Workshops On Becoming Content Creators On Social Media

Hengki Mangiring Parulian Simarmata¹, Doris Yolanda Saragih², Henry Dunan
Pardede³, Poltak Pardamean Simarmata⁴

¹⁻³Politeknik Bisnis Indonesia, Pematang Siantar

⁴Sekolah Tinggi Akuntansi dan Manajemen Indonesia, Pematang Siantar

Korespondensi Penulis : hengkisimarmata.mm@gmail.com

Article History:

Received: 15 Februari 2023

Revised: 20 Maret 2023

Accepted: 10 April 2023

Keywords: *Creator Content,
Business Opportunities*

Abstract: *Content creator training conducted by the Indonesian Business Polytechnic in collaboration with the Simarmata Young Generation to increase young people's creativity. This activity aims to increase young people's knowledge of using social media to get various benefits. Activities are carried out in workshops accompanied by practices using Instagram and TikTok media as content media. Seventy youth participants from Pematang Siantar attended the action. The training continued enthusiastically because the speaker is an activist content creator on YouTube, TikTok, and Instagram. After the activity, an activity survey showed that 98% of the participants were very interested in the material presented and gained new knowledge about using social media for more positive things.*

Abstrak

Pelatihan konten kreator yang dilakukan oleh Politeknik Bisnis Indonesia bekerja sama dengan Generasi Muda Simarmata sebagai upaya meningkatkan kreativitas anak muda. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan anak muda dalam menggunakan media sosial untuk mendapatkan berbagai keuntungan. Kegiatan dilakukan dengan workshop disertai praktik menggunakan media Instagram dan TikTok sebagai media konten. Kegiatan diikuti 70 peserta kalangan muda dari kota Pematang Siantar. Kegiatan berjalan dengan antusias karena pembicara merupakan penggiat konten kreator di Youtube, TikTok, dan Instagram. Setelah kegiatan dilakukan survey kegiatan menunjukkan 98% peserta sangat tertarik dengan materi yang disampaikan dan mendapatkan ilmu baru dalam pemanfaatan media sosial untuk hal yang lebih positif.

Kata Kunci: Konten kreator, Peluang usaha.

PENDAHULUAN

Kalangan muda saat ini tidak bisa terlepas dengan kegiatan media sosial. Media sosial telah menjadi salah satu sarana yang hiburan dalam kegiatan sehari-hari. Berdasarkan data yang diperoleh kompas.com dalam jurnal yang ditulis Tiara bahwa separuh dari jumlah pendidik indonesia sudah melek teknologi dimana pada tahun 2021 menyebutkan bahwa dari total jumlah penduduk indonesia 274,9 ada sekitar 170 juta sudah menggunakan media sosial (Tiara, 2021).

Menurut artikel yang ditulis oleh Kesuma dan Tamburion salah satu media sosial yang sangat digemari kalangan muda saat ini adalah aplikasi TikTok, hal ini dikarenakan aplikasi TikTok memberikan special effect unik dan menarik (Kesuma & Tamburion, 2021). Kalangan

muda dapat membuat video pendek dengan kreasi dan kreativitas masing-masing. Oleh karena itu konten harus menarik dan berkualitas (Bukit, 2021). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Simarmata dkk bahwa mahasiswa menghabiskan waktu menggunakan media sosial diatas 4 jam sekitar 70% dan media yang sering digunakan adalah TikTok 69.4% (H. M. P. S. Simarmata et al., 2023). Oleh karena itu perkembangan teknologi terutama media sosial perlu diarahkan kepada hal positif sehingga mampu memberikan manfaat yang besar kepada masyarakat.

Media sosial seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan TikTok telah memberikan ruang kepada masyarakat untuk berkreasi baik dengan menuliskan kata-kata, posting foto, dan gambar. Beberapa kalangan muda memanfaatkan peluang ini untuk sebagai mata pencaharian dengan menjadi konten kreator baik untuk menyalurkan hobby, eksistensi diri, maupun untuk mendapatkan penghasilan. Beberapa konten kreator aktif menciptakan produknya di YouTube chanel, Website dan blog, Facebook Fanspage, Line, Instagram, TikTok, dan Twiter (Nurohman, 2021).

Menurut Saktisyahputra dalam artikelnya juga menjelaskan bahwa pentingnya pemanfaatan konten untuk meningkatkan bisnis UMKM (Saktisyahputra, 2022). Oleh karena itu perlu dilakukan perencanaan komunikasi baik secara strategi, konten, promosi, konversi, dan Evaluasi dalam komunikasi Digital (Rumondang et al., 2020; J. Simarmata et al., 2019).

Salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam membuat konten adalah bagaimana menciptakan personal branding sehingga mudah dikenal oleh masyarakat (Febiansah et al., 2020). Seorang konten kreator perlu memikirkan ide dan konsep yang akan dibawakan. Konten kreator penting membangun personal branding yang membedakan antara dirinya dengan konten kreator lain. Seorang konten kreator perlu membangun personal branding. Terdapat delapan konsep personal branding yaitu adanya spesialisasi, kepemimpinan, kepribadian, perbedaan, kenampakan, kesatuan, keteguhan, dan nama baik.

Berdasarkan latar belakang diatas dan kebutuhan akan informasi bagaimana menjadi konten kreator yang baik sehingga memberikan penghasilan maka Politeknik Bisnis Indonesia memberikan waktu untuk menyediakan wadah kepada pemuda untuk mendapatkan ilmu dan sharing pengalaman dengan bekerja sama dengan pembicara yang sudah memiliki pengalaman di bidang konten kreator. Tujuan dari kegiatan ini adalah (a) untuk meningkatkan pemahaman kalangan muda di Kota Pematang Siantar dalam memanfaatkan media sosial terutama media YouTube, TikTok, dan Instagram, (b) memberikan praktik langsung bagaimana membuat konten yang menarik sesuai dengan minat dan bakat peserta . Kegiatan ini dilakukan sebagai bentuk pengabdian masyarakat Politeknik Bisnis Indonesia yang bekerja sama dengan salah

satu organisasi muda di Pematang Siantar yaitu Generasi Muda Simarmata.

METODE

Kegiatan Workshop ini dilaksanakan di salah satu café yang lokasi ya strategis di pusat kota Pematang Siantar yaitu Ria Heritage. Kegiatan berlangsung karena adanya kerja sama antara Politeknik Bisnis Indonesia dengan Organisasi Generasi Muda Simarmata di Pematang Siantar. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan sebanyak 70 peserta yang merupakan kalangan muda yang memiliki minat di bidang konten kreator dan pelaku usaha. Tahapan kegiatan yang dilakukan yaitu (a) tahapan persiapan kegiatan, (b) tahapan pelaksanaan kegiatan, (c) adanya khalayak sasaran, (d) peserta, dan (e) metode penerapan.

Tahapan Persiapan

Kegiatan diawali dengan tahapan persiapan dimana dosen Politeknik Bisnis Indonesia menjalin kerja sama dengan salah satu organisasi muda yang ada di Pematang Siantar. Surat kerja sama disampaikan kepada ketua Generasi Muda Simarmata di Pematang Siantar sekaligus menyampaikan maksud dan tujuan dari kerja sama yang akan di lakukan. Dalam tahapan ini beberapa hal yang di lakukan antara lain:

1. Dosen Politeknik Bisnis Indonesia menentukan topik yang akan dibawakan sesuai dengan Judul Pengabdian Masyarakat.
2. Merencanakan susunan kepanitiaan, jumlah peserta, pembicara, dan RAB kegiatan dalam bentuk proposal kegiatan dan kerja sama yang akan dilakukan.
3. Melakukan koordinasi dengan salah satu organisasi kepemudaan yang ada di kota Pematang Siantar.

Tahapan Pelaksanaan

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dengan membuat perencanaan dan tujuan yang akan di capai dari kegiatan. Kegiatan di rencanakan di tempat yang dianggap strategis dan mudah di jangkau oleh Peserta. Rencana kegiatan di susun dalam bentuk proposal kegiatan yang berisi tujuan pelaksanaan, susunan kepanitiaan, pembiayaan, peserta, dan target yang diharapkan. Kegiatan direncanakan berlangsung di salah satu Café di Pematang Siantar Ria Heritage, dengan waktu pelaksanaan hari sabtu, 8 Juli 2023 acara mulai dari pukul 09:00 sampai dengan 13:00. Kegiatan ini berisi penjelasan pemanfaatan sosial media untuk mendapatkan keuntungan baik sebagai saluran hobi maupun pemanfaatan untuk kegiatan usaha. Tahapan kegiatan dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap awal dilakukan dengan pembacaan doa, lagu indonesia raya, kata sambutan dari

panitia, dan masuk ke materi yang dilakukan oleh dua narasumber.

2. Sesi pertama pemateri yang dibawakan oleh saudara Candro menyampaikan manfaat media sosial sebagai sumber penghasilan, bagaimana trik menjadi konten kreator di YouTube dan Instagram, sharing pengalaman, praktik langsung, dan sesi tanya jawab.
3. Sesi kedua pemateri yang dibawakan oleh saudari Novita menyampaikan manfaat media sosial TikTok dalam bisnis, sharing pengalaman, praktik langsung, dan sesi tanya jawab.
4. Sesi ketiga dilakukan pengenalan kampus Politeknik Bisnis Indonesia beserta berbagai kegiatan baik dalam bidang pengajaran, penelitian, dan pengabdian oleh ketua panitia Hengki Simarmata, kemudian diakhiri dengan sesi tanya jawab.

Pada tahapan praktik peserta diberikan kesempatan untuk membuat sebuah konten kemudian di diskusikan kepada pemateri. Dalam sesi tanya jawab para peserta yang memberikan pertanyaan, atau penjelasan ulang, bagi peserta yang mampu menjawab pertanyaan pemateri diberikan hadiah sebagai bentuk apresiasi untuk meningkatkan semangat peserta. Pada akhir kegiatan beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain

1. Pemateri memberikan kesempatan kepada peserta untuk membuat sebuah konten sesuai dengan materi yang disampaikan sehingga peserta diberikan kesempatan untuk dievaluasi mengenai konten yang telah dibuat.
2. Panitia memberikan evaluasi kegiatan kepada peserta dalam bentuk Google form yang di isi oleh seluruh peserta.
3. Penutupan dengan makan siang bersama.

HASIL

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan salah satu tugas Tridarma Perguruan Tinggi Politeknik Bisnis Indonesia Kepada Masyarakat. Politeknik Bisnis Indonesia mencoba memberikan sumbangsih kepada masyarakat dengan mengadakan pelatihan khususnya kepada generasi muda untuk dapat memanfaatkan media sosial sebagai saluran hobby yang menghasilkan. Materi yang disampaikan sangat menarik karena sesuai dengan minat masyarakat terutama penggunaan media sosial. Hasil dari kegiatan dapat dengan mudah diaplikasikan.



Gambar 1. Foto pemateri menyampaikan materi dan sharing pengalaman

Kegiatan dilaksanakan dengan pemaparan materi pada sesi pertama dilakukan oleh saudara Candro yang merupakan YouTuber Muda Indonesia seperti yang ditunjukkan pada gambar 1. Dalam penyampaian dijelaskan bahwa terdapat beberapa motif masyarakat dalam menggunakan media sosial seperti (a) informasi mengenai hal yang dapat mempengaruhi orang lain atau membantu orang lain melakukan sesuatu, (b) identitas pribadi yang dijelaskan sebagai penguatan nilai, pemahaman diri, eksplorasi diri, (c) hubungan personal dengan memanfaatkan media sosial sebagai media percakapan, saling berbagi informasi, (d) pengalihan atau pelarian dari rutinitas, pelepasan emosi atau masalah. Setelah memberikan materi, sharing pengalaman bagaimana membuat konten, kemudian dilanjutkan sesi tanya jawab peserta. Pada sesi kedua dilanjutkan pemateri kedua oleh saudari Novita Simarmata yang merupakan TikToker yang telah memanfaatkan media TikTok sebagai tempat bisnis sehingga mendapatkan penghasilan setiap bulannya. Dalam membangun konten Novita menjelaskan pentingnya membangun brand personality. Konten yang harus disesuaikan dengan minat dan konsistensi. Novita juga berbagai pengalaman bagaimana dia fokus membuat konten hiburan yang awalnya banyak orang memberikan pandangan negatif. Karena konsisten dan semakin banyaknya follower dan penonton, akhirnya saat ini dengan banyak follower dan penonton pembicara mendapatkan banyak endorse produk. Materi yang disampaikan terdapat hal yang sama seperti yang dijelaskan dalam artikel Febiansah dkk diantaranya adanya konsep spesialisasi dalam konten, memunculkan kepribadian yang sebenarnya, pembeda dengan konten kreator lain, dan keteguhan dalam membuat video secara konsisten (Febiansah et al., 2020).



Gambar 2. Foto peserta memberikan pernyataan

Antusiasme peserta dilihat dengan banyaknya pertanyaan dari peserta seperti yang ditunjukkan gambar 2 dan sharing pengalaman tentang kendala yang dialami peserta saat ingin fokus membuat konten. Beberapa penanya ada yang sharing dimana dia tidak konsisten dalam membuat konten dan upload tiap hari, konten yang disampaikan topik ya tidak spesifik, susah untuk mencari ide, malu terhadap komentar negatif sehingga berhenti membuat konten, tidak mendapat dukungan dari keluarga dan lingkungan.



Gambar 3. Foto peserta mendapatkan hadiah

Foto beberapa peserta yang mampu menjawab pertanyaan dari pemateri diberikan hadiah oleh panitia (Gambar 3). Untuk menjaga konsentrasi peserta terhadap materi yang di sampaikan, pada saat akhir sesi tanya jawab pembicara memberikan beberapa pertanyaan sesuai dengan materi yang telah disampaikan. Bagi Peserta yang mampu menjawab maka diberikan hadiah oleh panitia.



Gambar 4. Foto peserta kegiatan

Setelah kegiatan selesai pembicara, panitia, panitia dan peserta melakukan sesi foto bersama. Acara juga diakhiri dengan pemberian cenderamata kepada pemateri dan acara makan siang bersama dengan para peserta.

DISKUSI

Kegiatan workshop menjadi Konten Kreator di Media sosial terlaksana berkat adanya dukungan manajemen Politeknik Bisnis Indonesia dengan Forum Generasi Muda Simarmata di Pematang Siantar. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyaluran hobi, pemanfaatan peluang bisnis sehingga mampu menghasilkan uang. Kegiatan yang diikuti oleh anak muda baik pemuda simarmata dan mahasiswa politeknik yang tertarik di bidang konten kreator.

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dengan :

1. Peserta merupakan generasi muda simarmata dan mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia yang memiliki minat di bidang konten media sosial
2. Kegiatan dilakukan dengan sharing pengalaman dari nara sumber, tanya jawab, dan praktik langsung saat kegiatan.
3. Peserta merasa antusias mengikuti kegiatan karena meningkatkan pemahaman tentang media sosial dan manfaat yang didapatkan serta mengetahui kendala yang selama ini di temukan saat membuat konten.
4. Kegiatan berlangsung dengan baik dan evaluasi kegiatan dari peserta menyatakan sangat puas terhadap kegiatan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat terlaksana dengan adanya kerja sama antara Politeknik Bisnis Indonesia dengan generasi muda simarmata. Kegiatan ini merupakan bentuk

perhatian dosen terhadap potensi yang ada di kalangan muda untuk di manfaatkan sehingga menjadi peluang untuk mendapatkan penghasilan dan semangat meningkatkan wirausaha muda. Beberapa kesimpulan yang dari kegiatan Pengabdian ini sebagai berikut:

1. Kegiatan berjalan dengan baik mulai dari perencanaan, waktu kegiatan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Materi yang disampaikan sangat menarik peserta karena sangat cocok dengan trend penggunaan media sosial saat ini.
2. Peserta memberikan respons yang positif terhadap kegiatan ini baik dari perhatian peserta selama berlangsungnya kegiatan, interaksi tanya jawab dengan narasumber, praktik pembuatan video dan evaluasi kegiatan. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa 98% peserta sangat tertarik dengan materi yang disampaikan dan mendapatkan ilmu baru dalam pemanfaatan media sosial untuk hal yang lebih positif.

DAFTAR REFERENSI

- Bukit, N. (2021). Peran Konten Kreator Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karo dalam Penyebaran Informasi melalui Media Sosial.
- Febiansah, D. J., Syueb, S., Sufa, S. A., & Ratnasari, E. (2020). Studi Kasus Personal Branding Konten Kreator Pada Akun Twitter@ Brojabrooo. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(1), 92–108.
- Kesuma, S., & Tamburian, D. (2021). Resepsi Remaja terhadap Konten@ BotakTikTok di Media Sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1), 182–186.
- Nurohman, D. A. (2021). *KONTEN KREATOR: Cara Kreatif Menghasilkan Uang dengan Menjadi Blogger, Youtuber atau Tiktokker*. Indonesia 8.
- Rumondang, A., Sudirman, A., Sitorus, S., Kusuma, A. H. P., Manuhutu, M., Sudarso, A., Simarmata, J., Hasdiana, D., Tasnim, T., & Arif, N. F. (2020). *Pemasaran Digital dan Perilaku Konsumen*. Yayasan Kita Menulis.
- Saktisyahputra, S. (2022). Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan, Aktivitas dan Evaluasi Asosiasi Konten Kreator Indonesia dalam Meningkatkan Omset Bisnis UMKM. *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 3(2), 151–167.
- Simarmata, H. M. P. S., Simarmata, P. P., Saragih, D. Y., & Siagian, N. F. (2023). Pengaruh Video Influencer Di Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Tubuh Pada Mahasiswa Politeknik Bisnis Indonesia. *MAESWARA; JURNAL RISET ILMU MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, 1(3), 78–89. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/maeswara.v1i4.93>
- Simarmata, J., Iqbal, M., Hasibuan, M. S., Limbong, T., & Albra, W. (2019). *Hoaks dan media sosial: saring sebelum sharing*. Yayasan Kita Menulis.
- Tiara, G. (2021). Dramaturgi pengelolaan kesan konten kreator di media sosial Instagram. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 6(3), 14–24.