

PELATIHAN KETERAMPILAN *CONTENT CREATOR* BAGI ANAK ASUH PANTI ASUHAN AHMAD YANI PONTIANAK

CONTENT CREATOR SKILLS TRAINING FOR FOUNDATION CHILDREN AHMAD YANI PONTIANAK

¹Dedi Saputra, ²Wanty Eka Jayanti, ³Eva Meilinda, ⁴Weishky Steven Dharmawan

Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Pontianak

*Email: ¹dedi.dst@bsi.ac.id, ²wanty.wej@bsi.ac.id, ³eva.emd@bsi.ac.id, ⁴weishky.wvn@bsi.ac.id

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang merupakan salah satu Tri Dharma ini bertujuan untuk menambah wawasan serta memberikan keterampilan membuat desain konten atau isi media sosial yang menarik, interaktif dan mudah bagi anak asuh Panti Asuhan Ahmad Yani Pontianak. Metode yang digunakan adalah memberikan teori dan pelatihan sebagai kegiatan praktiknya. Aplikasi yang digunakan adalah aplikasi Canva yang mudah dan digunakan secara gratis. Peserta dalam pelatihan ini merupakan anak asuh di panti, mereka sangat berterima kasih kepada tim dari universitas bina sarana informatika yang telah memberikan pelatihan dan pemahaman yang lebih untuk bisa menjadi seorang content creator. Peserta mendapatkan pemahaman tentang memanfaatkan khususnya media social sebagai salah satu sumber penghasilan. Peserta dapat memahami bagaimana cara awal bermedia sosial yang baik dan benar dalam peran content creator. Kegiatan ini dapat digunakan sebagai modal untuk menyalurkan bakat dan potensi dibidang desain grafis, sehingga mempunyai peluang untuk berkreasi didunia digital dan dapat ditingkatkan menjadi peluang untuk mendapatkan penghasilan.

Kata Kunci : *Pengabdian Masyarakat, pembuat konten, Pelatihan, Anak Asuh, Canva*

ABSTRACT

This Community Service activity, which is one of the Tri Dharma, aims to add insight and provide skills in creating content designs or social media content that is interesting, interactive and easy for the foster children of the Ahmad Yani Pontianak Orphanage. The method used is to provide theory and training as practical activities. The application used is the Canva application which is easy and free to use. The participants, especially the orphanage children, were very grateful to the team from the university for developing informatics facilities that had provided training and more understanding to become content creators. Participants gain an understanding of utilizing social media in particular as a source of income. Participants can understand how to start social media properly and correctly in the role of content creator. This activity is a capital to channel talent and potential in the field of graphic design, so that you have the opportunity to be creative in the digital world and can be increased to become an opportunity to earn income.

Keywords : *Community Service, content creator, Training, Foster Children, Canva*

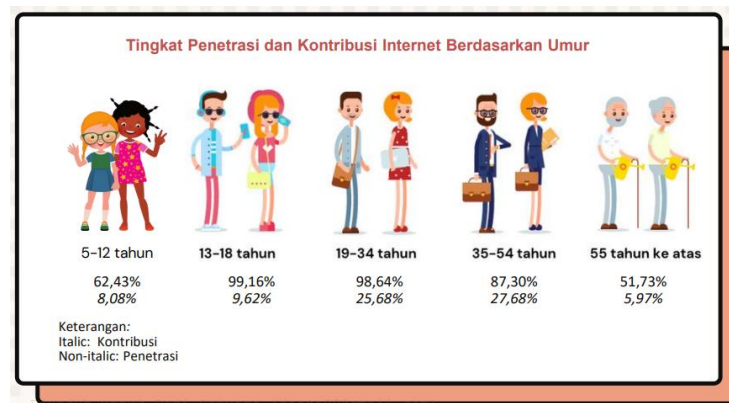
PENDAHULUAN

Maraknya era digital saat ini tercermin dari perubahan paradigma masyarakat, yaitu dalam hal komunikasi dan ketersediaan waktu untuk menyelesaikan tugas. Pepatah “menjauhkan yang dekat, mendekatkan yang jauh” membuat masyarakat

menggunakan berbagai saluran komunikasi yang sederhana dan efektif, seperti media sosial (Alyatalathaf, 2021). Di kalangan generasi muda Media sosial sudah menjadi barang pokok untuk berkomunikasi dan berinteraksi sosial. Dalam penggunaannya banyak dampak yang muncul dalam berkehidupan social (Lestari & Rusdi, 2017). Bahkan kini media sosial dijadikan media pertemuan secara virtual, tidak hanya dua orang tapi juga bisa dilakukan secara massa.

Terbukanya gerbang dunia Digital membuka kesempatan dan peluang masyarakat modern dalam berbisnis serta berwirausaha di industri kreatif. Keterampilan membuat konten dan desain grafis menjadi satu dari sekian banyak dijadikan profesi baru yang diciptakan oleh media social (Maeskina & Hidayat, 2022). Pembuat konten merupakan jenis profesi baru yang sedang menjamur saat ini. Contoh jenis profesi ini antara lain *Selebgram, YouTuber, Beauty Vlogger, Endorser, Fotografer, Travel Blogger*, dan lain-lain.(Salihamidzic, 2021)(Agung et al., 2022).

Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), mayoritas pengguna internet di kalangan masyarakat Indonesia termasuk dalam kelompok usia 5 - 12 tahun (Kontribusi= 62,43% Penetrasi= 8,08%), kelompok usia 13 – 18 tahun (Kontribusi= 99,16% Penetrasi= 9,62%), 19 – 34 tahun (Kontribusi= 98,64% Penetrasi= 25,68%), kelompok usia 35 – 54 tahun (Kontribusi= 87,30% Penetrasi= 27,68%), dan kelompok usia di atas 54 tahun (Kontribusi= 51,73% Penetrasi= 5,97%) (APJII, 2022)



Sumber: APJII 2022

Gambar 1. Pengguna Internet Berdasarkan Kelompok Usia (2022)

Generasi Z saat ini merupakan pengguna internet yang dominan. Dengan kata lain, menurut Abrams (2015), Generasi Z adalah generasi digital pertama (digital native).

Periode yang dicakup oleh Generasi Z adalah dari tahun 1995 hingga 2014. (Cillakuri, 2020). Karakteristik Generasi Z di Indonesia adalah menggunakan media sosial sebagai sumber informasi (35,2%), membutuhkan waktu tiga sampai lima jam untuk mengakses internet, mengakses internet melalui smartphone (90%), menggunakan Instagram dan Line yang paling sering. Gen Z atau dikenal juga dengan iGeneration adalah generasi yang muncul pada era internet dan menggunakannya untuk melakukan aktivitas sehari-hari. Mereka dapat menyelesaikan berbagai tugas dalam satu sesi karena mereka telah terpapar teknologi sejak mereka masih muda, dan mereka dapat menggunakannya secara maksimal (Adam, 2017).

Kemunculan dunia digital saat ini telah memungkinkan masyarakat umum mendapatkan pengetahuan dan referensi baru tentang dunia digital, mencegah berkembangnya kesalahpahaman. Literasi digital adalah alat pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membuat, dan mengkomunikasikan informasi baik dengan pendekatan konseptual maupun teknis (Saputra, 2021)(Anisah, 2021).

Implementasi ide-ide baru di media sosial oleh Generasi Z menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan personal branding (Yudha, 2020). Personal branding adalah cara mengidentifikasi diri sendiri yang terhubung dengan hasrat, tujuan, dan aspek lain dari kehidupan seseorang (Haroen, 2016). Media sosial menjadi satu-satunya faktor terpenting dalam mengembangkan personal branding dan mencari gaya hidup yang tepat berdasarkan tren yang sedang berkembang di masyarakat, khususnya di Generasi Z. Keinginan untuk terus eksis di berbagai platform media sosial saat ini didorong dengan gaya bersosialisasi (Majid et al., 2022).

Istilah *Content Creator* merupakan sebutan bagi orang yang membuat konten baik berupa teks, gambar maupun video yang akan dipublish diberbagai platform seperti *YouTube*, *Snapchat*, *Instagram*, dan lainnya. Beragam konten yang dapat dihasilkan tidak hanya terbatas pada suara maupun gambar saja tetapi juga dapat berupa *tutorial*, *unboxing*, *podcasting* dan *trend* lainnya.

Seorang *content creator* harus mempunyai rencana dan strategi yang tepat dalam membuat suatu konten, sehingga konten yang dihasilkan dapat memiliki nilai jual tinggi. Selain itu juga dapat menentukan media mana yang paling tepat untuk dipublish (Larasati, 2021). Hakikatnya pembuat konten juga berperan dalam riset data,

ide, konsep dalam menentukan konten yang tepat untuk kebutuhan suatu identitas market yang diharapkan (Febriyanto, 2020)(Arifudin & Sulistyaningsih, 2021).

Berkembangnya TIK juga telah membuka peluang pekerjaan baru, terutama didunia digital yang dipenuhi generasi Z. Mereka secara individu maupun berkelompok berlomba-lomba menciptakan kreasi dalam bentuk konten yang nantinya diunggah diberbagai media sosial maupun platform digital lainnya. Mereka membuat konten video yang berhubungan dengan kehidupan pribadi, ulasan barang atau jasa, dan hal-hal sejenis (Yudha, 2020). Profesi sebagai *content creator* era sekarang sangat menjanjikan. Di Indonesia sendiri, untuk vlogger pemula penghasilan yang diraih dikisaran 1–11 juta rupiah. Sedangkan yang dikategorikan master penghasilannya tentu jauh lebih tinggi (Sulistianto et al., 2022). Pada 22 Mei 2021 Social Blade merilis, perkiraan penghasilan tertinggi direntang nilai 500 –9.2 miliar rupiah.

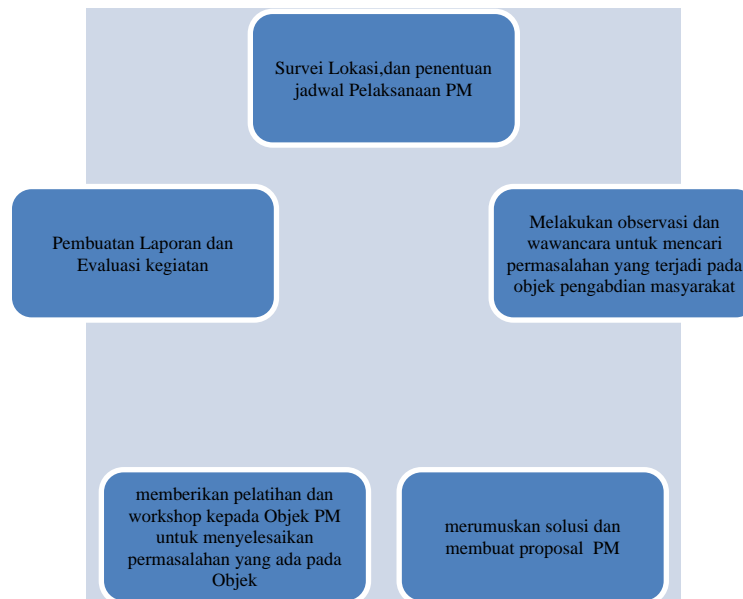
Profesi lain seperti Youtuber, perhitungan gaji Youtuber salah satunya dari Cost per Mille atau CPM (biaya per seribu tampilan). Selain itu ada pendapatan lain yang hanya masuk ketika penonton meng-klik iklan yang muncul. Rata-rata seorang Youtuber yang akun-nya memiliki ramai pengunjung, dapat menerima sekitar 18 dollar AS per 1000 tampilan iklan, dan 3-5 dollar AS per 1000 tampilan video (Hermawan et al., 2021).

Besarnya penghasilan dari seorang pembuat konten ini tentu mempengaruhi orang untuk mencoba peruntungannya menjadi seorang *content creator*. Profesi yang sangat disukai oleh generasi muda saat ini membuat kami tergugah untuk memberikan dan membagikan pengetahuan tentang desain grafis dalam bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan ini merupakan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan. Pelaksanaan ini bertujuan mengedukasi dalam meningkatkan keterampilan serta pemahaman tentang *content creator* dalam memanfaatkan peluang industri kreatif nantinya.

METODE

Metode yang dilakukan dalam kegiatan PKM ini adalah metode Pelatihan, dengan memberikan pelatihan kepada anak asuh Panti Asuhan Ahmad Yani Pontianak, dimana pelatihan akan diberikan dua kali seminggu, yakni setiap hari sabtu / minggu agar tidak mengganggu kegiatan masyarakat (Saputra et al., 2021).

Adapun metode pelaksanaan yang kami lakukan tergambar melalui diagram di bawah ini :



Gambar 1. Diagram Metode PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Situasi

Kota Pontianak merupakan kota yang terkena dampak tropisme dengan udara dan kelembaban yang tinggi, terlihat dari peta geospasial yang dilalui oleh garis Khatulistiwa. Inisiatif “Pengabdian Kepada Masyarakat” kali ini dimulai dengan memberikan materi edukasi kepada peserta untuk meningkatkan kesadaran generasi mereka akan penggunaan teknologi. Untuk memahami bagaimana teknologi digunakan dalam kehidupan sehari-hari, khususnya di ruang kelas, dan bagaimana teknologi dapat diubah menjadi tempat untuk melakukan bisnis, siswa harus memahami implikasinya (Sari et al., 2022).

Prospek kerja generasi milenial dan Gen Alpha di masa depan

Berkaitan dengan teknologi, erat kaitannya dengan potensi lapangan kerja pada generasi milenial. Selain itu, tidak ada masalah yang diketahui atau dicurigai pada pekerjaan anak-anak generasi Z dan Alpha di tahun-tahun awal mereka. Ini adalah fenomena yang dikenal sebagai "Job Hopping" yang menyebabkan orang berpindah dari satu tempat ke tempat lain dalam waktu yang sangat singkat.

Di Indonesia, orang dewasa muda sering berpindah-pindah pekerjaan, yang disebut sebagai "kutu loncat" di tempat kerja. Menurut data dari Jobstreet.com (2016), yang melakukan survey kepada 3500 responden di Indonesia, 65,8% pekerja milenial melanjutkan pekerjaan mereka dengan memuaskan untuk jangka waktu yang lebih pendek dari satu tahun, karena berbagai alasan, termasuk bahwa mereka tidak menikmati pekerjaan mereka dan merasa tidak memuaskan (Purwanti, 2020).

Saat ini, berpindah-pindah pekerjaan telah menjadi topik yang tidak boleh dianggap sebagai praktik standar karena organisasi atau bahkan pemilik bisnis memiliki tanggung jawab untuk mengatasinya, dan generasi yang mendominasi perpindahan pekerjaan saat ini adalah generasi milenial. Menurut studi Gallup (2019) baru-baru ini, generasi milenial memiliki reputasi sebagai pencari kerja dan digambarkan sebagai orang yang lebih bersemangat untuk sering berpindah pekerjaan dan secara halus di berbagai organisasi. Data Gallup menunjukkan bahwa 21% orang dewasa Amerika bekerja di tempat yang bukan tempat tinggal utama mereka selama lebih dari satu tahun (Purwanti, 2020).

Menurut penelitian, perubahan kebiasaan kerja anak-anak milenial membuat mereka percaya diri untuk menjadi kontraktor mandiri. Peluang ini harus diisi dengan kreativitas dan keterampilan, sehingga harus dilengkapi dengan beberapa keterampilan komputer dasar. Kursus ini memberikan materi desain grafis berbasis Canva. Panduan penggunaan Canva disediakan untuk peserta. Selain memberikan informasi mengenai peluang dalam digital *content creator*, para peserta juga diberikan pelatihan dasar untuk mengelola konten-konten tersebut.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sholeh et al., 2020) Canva bisa digunakan untuk membuat jenis desain lain, seperti membuat logo, poster, iklan banner, dan lain-lain, saat melakukan kegiatan promosi di media sosial. Ini adalah faktor yang sangat penting untuk dipertimbangkan.

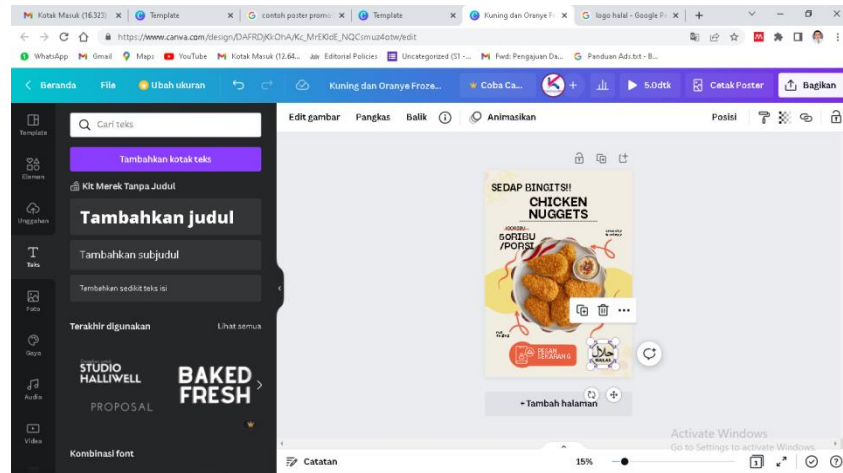
Penelitian lainnya (Majid et al., 2022) menunjukkan bahwa media sosial adalah sumber interaksi yang berkembang bagi siswa. Sekitar 80% (16 siswa) mengungkapkan keinginan untuk menjadi selebgram nantinya. Selain itu, 70% dari individu yang disebutkan di atas secara rutin atau sesekali mengulas produk atau layanan di media sosial.

Penelitian lain terkait pemanfaatan Canva untuk kebutuhan desain grafis yang dilakukan oleh (Sihananto et al., 2022) Dibandingkan dengan menggunakan program yang lebih konvensional seperti *Adobe Photoshop* dan *GIMP*, menggunakan Canva sebagai alat untuk membuat grafik dan video lebih mudah dan cepat untuk semua *staff* hotel. Konten visual dan video yang dibuat oleh pengguna Canva yang ditemukan oleh tim manajemen telah terpelihara dengan baik dan layak digunakan sebagai bahan promosi di kanal media sosial masing-masing.

Kegiatan ini disampaikan melalui komputer/PC dan *smartphone*. Kedua perangkat ini dapat digunakan dengan mudah untuk mentransfer konten dengan cepat. Selain itu, pengguna diizinkan mengunduh dan menginstal beberapa aplikasi gratis dari *Google Play Store* atau *Apple App Store* di ponsel cerdas mereka. Dalam situasi di mana informasi sudah tersedia dan mudah dipahami, maka perlu disediakan informasi yang cukup cepat agar masyarakat umum dapat memahaminya. Diharapkan peserta memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menjadi kreator konten digital sehingga dapat menggunakan keterampilan tersebut untuk menjadi *teknopreneur* di Abad 21.



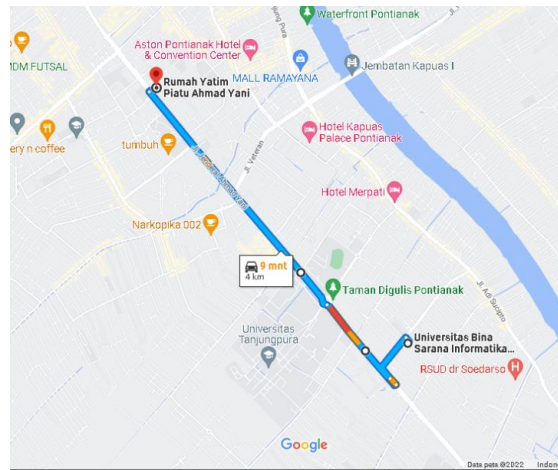
Gambar 2. Pelaksanaan PKM



Gambar 3. Contoh Poster Karya Peserta PKM Menggunakan Aplikasi Canva

2. Peta Lokasi Mitra

Lokasi Panti Asuhan Ahmad Yani terletak di Jl. Jenderal Ahmad Yani No.18A, Benua Melayu Darat, Kec. Pontianak Sel., Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78121. Adapun jarak tempuh dari Universitas Bina Sarana Informatika ke Lokasi Mitra adalah +- 4 km.



Gambar 4. Peta Lokasi Mitra PKM

3. Permasalahan Mitra

Berdasarkan data dan analisa kondisi masyarakat secara umum, ada beberapa masalah yang ditangani mitra, antara lain:

- a. Kurangnya pengetahuan tentang *content creator* dalam industri kreatif.
- b. Masih banyak masyarakat hanya sekedar tau secara informasi tapi tidak bisa menerapkan bagaimana peran *content creator* dalam memanfaatkan industri kreatif yang bisa menjadikan peluang bisnis.
- c. Keterbatasan literasi tentang baik buruknya konten yang dibuat serta dampaknya.

4. Manfaat Yang Diperoleh (*Outcome*)

Seperti disebutkan di atas, civitas akademika menggandeng peserta untuk mendukung para kreator konten dalam usahanya memanfaatkan industri kreatif dalam program pengabdian. Hasilnya adalah sebagai berikut:

- a. Peserta khususnya anak asuh panti sangat berterima kasih kepada tim dari universitas bina sarana informatika karna dengan adanya kegiatan ini mereka mendapatkan pelatihan dan pemahaman yang lebih untuk bisa menjadi seorang *content creator*.
- b. Peserta mendapatkan pemahaman tentang memanfaatkan khususnya media social sebagai salah satu sumber penghasilan.
- c. Peserta dapat memahami bagaimana cara awal bermedia sosial yang baik dan benar dalam peran *content creator*

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat “pelatihan keterampilan *content creator* bagi anak asuh panti asuhan Ahmad Yani Pontianak” menjadi salah satu langkah dalam

melakukan literasi digital kepada generasi milenial tentang cara menggunakan media sosial secara efektif dengan bijak dan cerdas.

Untuk menjadi seorang pengembang konten yang kompeten, keterampilan desain grafis adalah satu-satunya alat yang diperlukan (pembuat konten). Pertumbuhan industri ini mengharuskan penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi, keterlibatan konsumen, dan pembuatan konten, membuka jalan untuk pembuatan konten. Bagaimanapun, tenaga kerja saat ini dapat menggunakan komputer, mengakses internet, dan menggunakan media sosial saat menggunakan program seperti Microsoft Office. Ini hanyalah titik awal; tetapi, segera setelah ada dorongan untuk mengembangkan ekspresi diri seseorang, seperti dalam pelatihan desain menggunakan Canva saat ini, akan menjadi lebih menantang bagi kelompok kerja untuk menghabiskan hari sebagai pembuat konten.

Keterampilan desain juga dapat membantu orang mendapatkan pekerjaan di industri kreatif, seperti produksi poster, kaos, dan media cetak lainnya. Dalam dunia kerja, kemajuan teknis seperti desain grafis telah membantu banyak orang mendapatkan pekerjaan dan mengembangkan bisnisnya sehingga mereka dapat memiliki aset sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. E. A. A., Astari, E., & Indiani, N. L. I. N. L. (2022). PENGARUH CONTENT CREATOR PADA APLIKASI REEL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN INOVASI GENERASI MUDA. *Nusantara Hasana Journal*, 2(4), 133–141.
- Alyatalathaf, M. D. M. (2021). Smartphone Photography Sebagai Media Promosi Pariwisata. *ABDIMAS Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 25–29.
- Anisah, G. (2021). Pelatihan Digital marketing Menggunakan Platform Marketplace Shopee untuk Kelompok Pemuda Wirausaha Di Desa Mulyoagung-Bojonegoro. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–10.
- Arifudin, D., & Sulistyaningsih, E. (2021). The Short-Term Training of Content Creation and Digital Marketing Bagi Pelajar Di Purwokerto. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 98–106.
- Chillakuri, B. (2020). Understanding Generation Z expectations for effective onboarding. *Journal of Organizational Change Management*.
- Febriyantoro, M. T. (2020). Exploring YouTube Marketing Communication: Brand awareness, brand image and purchase intention in the millennial generation. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1787733.
- Hermawan, S., Rochmaniah, A., & Yani, M. (2021). Peningkatan Keterampilan Content Creator di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 5(1), 301–309.
- Larasati, P. K. P. (2021). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *SANDI: Seminar Nasional Desain*, 1, 126–133.

- Lestari, V. K., & Rusdi, F. (2017). Analisis Perilaku Pengguna Media Sosial (Studi pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Raharja). *Koneksi, Vol 1, No.*
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi, 11(1)*, 20–30.
- Majid, N. W. A., Fauzi, A., Sari, D. P., Ridwan, T., Widodo, S., Meyriska, N., al Adawiyah, R. 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.
- Purwanti, B. E. (2020). *Pengaruh Perceived Organizational Support Dan Job Enjoyment Terhadap Intensi Job Hopping Pada Karyawan Generasi Milenial*. UNIVERSITAS AIRLANGGA.
- Salihamidzic, Z. (2021). *Media Sosial Sebagai Kebutuhan Konten Kreator*.
- Saputra, D. (2021). SOSIALISASI ANTI HOAX, ANTI NARKOBA, SERTA PENGEMBANGAN UMKM DI DESA KUBU KABUPATEN KUBU RAYA. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(1)*, 35–43.
- Saputra, D., Pratama, E. B., Syarif, M., & Dharmawan, W. S. (2021). Edukasi Literasi Digital Remaja dalam Memerangi Narkoba. *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 7(2)*.
- Sari, M. N., Waskito, A., & Saripah, S. (2022). Analysis of the Economic Potential of Porang Plants and Porang Content Creator Through the YouTube Platform. *Sosio E-Kons, 14(1)*, 64–74.
- Sholeh, M., Rachmawati, R. Y., & Susanti, E. (2020). Penggunaan aplikasi Canva untuk membuat konten gambar pada media sosial sebagai upaya mempromosikan hasil produk UKM. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 4(1)*, 430–436.
- Sihananto, A. N., Kartini, K., & Parlita, R. (2022). Pemanfaatan Canva Untuk Kebutuhan Desain Grafis dan Video Promosi Edotel TeBe Syariah. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SNISTEK), 4*, 151–156.
- Sulistianto, T., Rahmawati, S., & Kartika, L. (2022). Strategi Peningkatan Profitabilitas Profesi Content Creator Sebagai Alternatif Pilihan Karier Era 4.0. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik, 9(4)*, 698–702.
- Sutrisno, Eko Arief Cahyono, Y. P. I. (2022). Pemberdayaan Guru Honorer Melalui Launching Sobat Pintar Akademia (SOPIA) dan Aplikasi Media Pembelajaran Sebagai Upaya Peningkatan Ekonomi di Masa Pandemi Covid-19. *Mafaza: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2(1)*, 136–146.
- Yudha, R. P. (2020). Atta Halilintar: Agen Strukturisasi Karir Generasi-Z. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi, 8(2)*.