

Sukses Menjadi Konten Kreator Yang Berkarakter

Meidyan Permata Putri¹, Rendy Almaheri Adhi Pratama², Reynanda Gunawan³,
Febria Sri Handayani⁴

^{1,2,3,4}Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech

¹meidyan_permata@palcomtech.ac.id, ²rendy_almaheri@palcomtech.ac.id,

³reynanda@palcomtech.ac.id, ⁴febria_sri@palcomtech.ac.id

*Corresponding author

E-mail: ¹meidyan_permata@palcomtech.ac.id (Meidyan Permata Putri)*

Article History:

Received: 6 Juli 2023

Revised: 12 Juli 2023

Accepted: 13 Juli 2023

Abstract: Indonesia telah mengalami fenomena menarik terkait kemunculan konten kreator yang sukses di industri ini. Namun, perlu ditegaskan bahwa fenomena ini terbagi menjadi dua kelompok yang berbeda: kelompok pertama terdiri dari kreator yang berhasil mencapai jumlah pengikut yang signifikan sekaligus menunjukkan karakter yang positif, berprestasi, dan bermoral. Di sisi lain, kelompok kedua terdiri dari kreator dengan pengikut yang banyak, namun konten yang mereka hasilkan cenderung tidak memiliki karakter, bahkan mengandung unsur yang tidak mendidik dan cenderung bersifat diskriminatif seperti SARA. Dampak negatifnya adalah banyaknya konten kreator yang dengan kurang pertimbangan membuat konten tanpa memperhatikan esensi dan manfaat yang seharusnya terkandung di dalamnya. Akibatnya, konten-konten yang dihasilkan tersebut kurang mendidik dan memiliki kualitas yang rendah. Tujuan Pengabdian masyarakat yang bertema Campus Day di institut Palcomtech mengundang siswa siswi berapa sekolah di kota Palembang salah satunya yaitu sekolah SMK Bina Cipta Palembang untuk memberikan pelatihan bagaimana caranya sukses menjadi konten kreator yang berkarakter.

Keywords:

Karakter, Media Sosial, Konten Kreator

Pendahuluan

Perlu di ketahui bahwa menjadi seorang konten kreator tidak ditentukan oleh umur dan generasi. Sebagai contoh, ada banyak sekali konten kreator sukses yang terhitung masih sangat muda, dan telah mencapai kesuksesan (Kusuma & Prabayanti, 2022). Sebut saja Atta Halilintar, dengan jumlah subscriber YouTube 30,4 juta, atau juga Jerome Polin, dengan jumlah 10,1 juta subscriber Youtube, Followers Instagram 7,3 juta. Kedua contoh konten kreator generasi Z tersebut menjadi bukti bahwa umur



dan generasi tidak menjadi tolak ukur bagi kesuksesan seorang konten kreator(Mahmudah, 2018).

Selama beberapa tahun terakhir, Indonesia telah mengalami fenomena menarik terkait kemunculan konten kreator yang sukses di industri ini(Wahyudi, 2020). Namun, perlu ditegaskan bahwa fenomena ini terbagi menjadi dua kelompok yang berbeda: kelompok pertama terdiri dari kreator yang berhasil mencapai jumlah pengikut yang signifikan sekaligus menunjukkan karakter yang positif, berprestasi, dan bermoral(Yuanita & Himmati, 2023). Di sisi lain, kelompok kedua terdiri dari kreator dengan pengikut yang banyak, namun konten yang mereka hasilkan cenderung tidak memiliki karakter, bahkan mengandung unsur yang tidak mendidik dan cenderung bersifat diskriminatif seperti SARA(Istiani & Widhiyatmoko, 2020).

Hadirnya kemudahan dan kehadiran teknologi serta platform media sosial di tengah-tengah masyarakat, terbuka peluang yang melimpah bagi siapa pun untuk menciptakan konten dan menjadi seorang kreator konten(Rafiq, 2020). Namun, sayangnya, dampak negatifnya adalah banyaknya konten kreator yang dengan kurang pertimbangan membuat konten tanpa memperhatikan esensi dan manfaat yang seharusnya terkandung di dalamnya. Akibatnya, konten-konten yang dihasilkan tersebut kurang mendidik dan memiliki kualitas yang rendah(Saingo, 2022).

Maka dari itu tujuan Pengabdian masyarakat yang bertema Campus Day di institut Palcomtech mengundang siswa siswi berapa sekolah di kota Palembang salah satunya yaitu sekolah SMK Bina Cipta Palembang untuk memberikan pelatihan bagaimana caranya sukses menjadi konten kreator yang berkarakter.

Metode

Metode yang digunakan dalam penyampaian materi pengabdian adalah praktik dan tanya jawab :

1. Dilakukan pertemuan sosialisasi terkait kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan kehadiran tim pengusul dan mitra (Siswa Bina Cipta Palembang).
2. Menyusun materi telah tercapai untuk menciptakan konten kreator yang berkarakter.
3. Pendampingan efektif dalam mencapai kesuksesan sebagai konten kreator yang berkarakter.
4. Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi guna mengukur tingkat keberhasilan kegiatan yang telah dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada para peserta Telah dilakukan sesi sosialisasi mengenai kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dihadiri oleh tim pengusul dan mitra, yakni Siswa Bina Cipta Palembang.

Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan



Hasil

Berikut adalah Langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai solusi dalam mengatasi permasalahan mitra :

1. Dalam acara sosialisasi, dilakukan penyampaian informasi mengenai latar belakang, tujuan, dan target dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dihadiri oleh tim pengusul dan mitra, yaitu Siswa Bina Cipta Palembang.

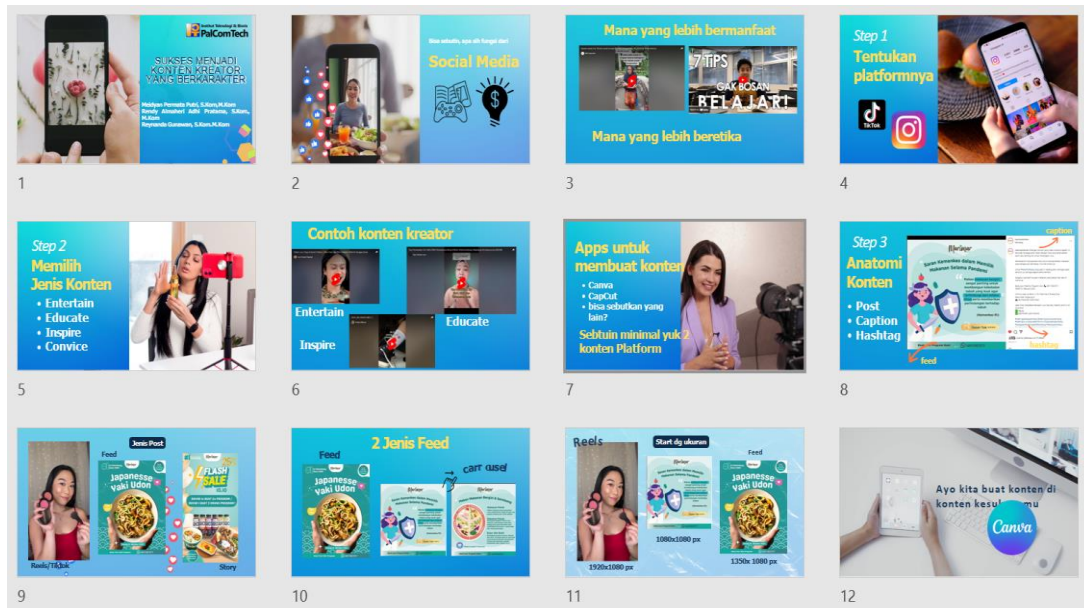
Gambar 2. Menyampaikan Materi



2. Keberhasilan dalam menyusun materi telah tercapai untuk menciptakan konten kreator yang berkarakter.



Gambar 3. Modul Pelaksanaan Pelatihan



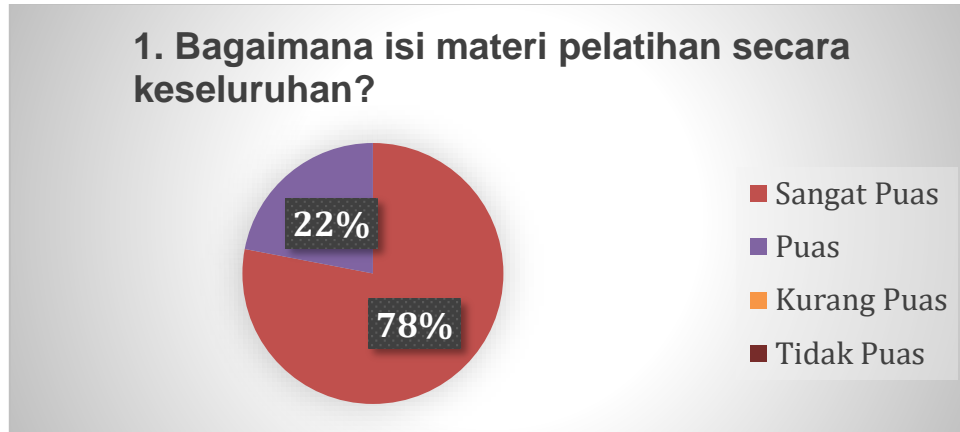
3. Pendampingan dalam mencapai kesuksesan sebagai konten kreator yang memiliki karakter menjadi sarana untuk membentuk karakter pada siswa Bina Cipta Palembang.

Gambar 4. Pendampingan mengenai sukses menjadi konten kreator yang berkarakter



4. Di fase akhir, dilakukan evaluasi untuk mengukur keberhasilan kegiatan yang telah dilaksanakan melalui penyebaran kuesioner kepada peserta. Pertanyaan pertama dalam kuesioner berfokus pada penilaian terhadap isi materi secara keseluruhan. Berikut ini adalah hasil dari pengisian kuesioner:

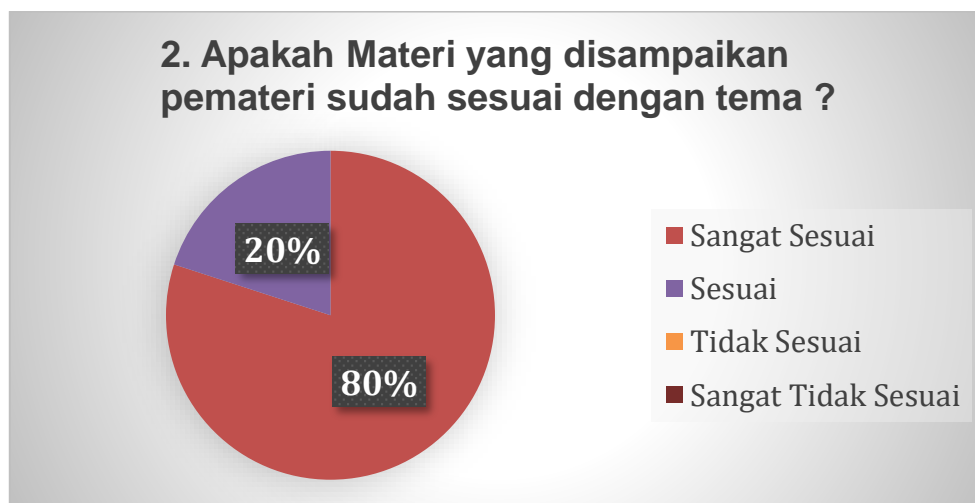
Gambar 5. Hasil Kuesioner Mengenai bagaimana isi materi secara keseluruhan



Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa 78% peserta pelatihan menyatakan sangat puas dan 22% menyatakan puas. Hal ini menunjukkan bahwa pemateri yang menyampaikan materi di pelatihan memiliki pemahaman yang baik terhadap materi yang akan disampaikan kepada peserta. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pelatihan telah diterima dengan baik oleh peserta.

Selanjutnya, pertanyaan kedua dalam kuesioner terkait dengan materi dan tema yang disajikan. Hasilnya dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar 6. Hasil Kuesioner Mengenai Kesesuaian materi dan tema



Hasil tersebut menggambarkan bahwa 80% dari responden menyatakan sangat sesuai dan 20% menyatakan sesuai. Hal ini menunjukkan bahwa materi yang disampaikan telah sesuai dengan kebutuhan dan tema yang disajikan. Selanjutnya, terdapat pertanyaan mengenai seberapa penting bagi Anda bahwa konten kreator

mampu menyajikan informasi yang akurat dan terpercaya. Hasilnya adalah sebagai berikut:

Gambar 7. Hasil seberapa penting bagi Anda bahwa konten kreator mampu menyajikan informasi yang akurat



Berdasarkan hasil tersebut, terlihat bahwa 56% peserta menganggap sangat penting dan sisanya 44% menganggap penting. Hal ini disebabkan oleh dalam kehidupan sehari-hari kebutuhan pengguna untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya dalam penggunaan aplikasi media sosial sangat lah penting membawa hal-hal yang positif.

Selanjutnya, peneliti tertarik untuk mengevaluasi sejauh mana pemahaman peserta terhadap penguasaan materi dalam pembuatan konten yang berkarakter setelah mengikuti pelatihan. Evaluasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada peserta mengenai penggunaan konten yang memiliki nilai-nilai positif dan mencerminkan karakter yang kuat dalam upaya menciptakan dampak edukatif yang lebih besar melalui konten yang mereka hasilkan.

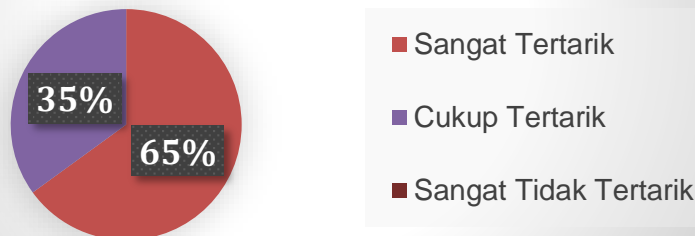
Gambar 8. Hasil Kuesiner Mengenai pemahaman peserta setelah dilakukan Pelatihan

4. Seberapa pahamkah kalian dalam menguasai materi pembuatan konten yang berkarakter setelah mengikuti pelatihan?



Gambar 9. Hasil Kuesiner Mengenai Karakter peserta setelah dilakukan Pelatihan

5. Apakah peserta merasa terinspirasi atau termotivasi oleh pembuatan konten kreator yang menyampaikan pesan yang bernilai dan edukatif?



Hasil tersebut memberikan gambaran bahwa 72% peserta sangat paham dan sisanya 28% menjawab paham. Pemahaman tersebut mencakup kemampuan peserta dalam memahami pembuatan konten yang memiliki karakter positif dan bersifat edukatif. Hal ini terlihat dari hasil penilaian karakter melalui pertanyaan mengenai apakah peserta merasa terinspirasi atau termotivasi oleh pembuatan konten kreator yang menyampaikan pesan yang bernilai dan edukatif. Sebanyak 65% peserta menjawab sangat tertarik dan 35% peserta menjawab cukup tertarik.

Diskusi

Berdasarkan hasil pengolahan data yang sudah di jelaskan sebelumnya, 72% peserta sangat paham dan sisanya 28% menjawab paham kemudian 65% peserta menjawab sangat tertarik dan 35% peserta menjawab cukup tertarik. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan sukses dalam membentuk konten kreator yang berkarakter sebagai sarana pembentukan karakter pada siswa SMK Bina Cipta



Palembang, serta mengarahkan siswa untuk menciptakan konten-konten yang berdampak positif secara edukatif.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian ini memberikan pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat serta membantu dalam membentuk karakter siswa dalam pembuatan konten yang memiliki karakter positif dan penggunaan media sosial yang tepat.

Pengakuan/Acknowledgements

Terima Kasih Untuk SMK Bina Cipta Palembang dan Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech yang sudah memberikan dukungan dan fasilitas yang terbaik sehingga bisa terlaksananya kegiatan Pengabdian Masyarakat ini.

Daftar Referensi

- Istiani, A. N., & Widhiyatmoko, Y. Y. (2020). Analisis Wacana Kritis Sebagai Refleksi Terbalik Perilaku Negatif Pada Tayangan Youtube. *Komunika*, 3(2), 174. Retrieved from <https://doi.org/10.24042/komunika.v3i2.7282>
- Kusuma, Y., & Prabayanti, H. R. (2022). Content Creator Yang Berkarakter Berdasarkan Analisis Video Youtube Ningsih Tinampi. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 210–225. Retrieved from <https://doi.org/10.32509/wacana.v21i2.2111>
- Mahmudah, D. (2018). Upaya Pemberdayaan TIK dan Perlindungan Generasi Z di Era Digital. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(1), 45–58.
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Saingo, Y. A. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pembentukan Karakter Kristiani Tingkat Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Shanan*, 6(1), 89–110. Retrieved from <https://doi.org/10.33541/shanan.v6i1.3652>
- Wahyudi, P. I. H. (2020). YouTube's Implementation As an Alternative Media for Information Literacy Learning for Students at Pelita Harapan University. *Record and Library Journal*, 6(2), 199. Retrieved from <https://doi.org/10.20473/rj.v6-i2.2020.199-206>
- Yuanita, D. I., & Himmati, J. (2023). Penanaman Nilai-nilai Akhlak melalui Kitab ' Idzotun Nasyiin di SMP Mafatihul Huda Ar Rasyidiyah Bangkalan, 3(1), 14–25.

