

Pembinaan Generasi Muda dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Langsa

Halida Bahri^[1] & Masriadi ^[2]*

^[1] Fakultas Ekonomi, Universitas Malikussaleh, Aceh, Indonesia

^[2] Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Malikussaleh, Aceh, Indonesia

* Corresponding Author: masriadi@unimal.ac.id

Submitted: 26 Juni 2023

Revised: 2 Juli 2023

Published: 09 September 2023

Article Info

Citation: B, Halida, Masriadi, Pembinaan Generasi Muda dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Langsa, *Academica: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1, no. 3 (2023): 72-79.

Keywords: Fostering; Young Generation; Creative Economic Development; Langsa City.

Abstract

Abstrak: Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini telah mendorong generasi muda supaya mandiri secara ekonomi dengan mengembangkan ekonomi kreatif dengan menjadi seorang konten kreator. Kegiatan pengabdian dilaksanakan bertujuan untuk mengedukasi dalam bentuk pembinaan kepada konten kreator di Kota Langsa. Pengabdian ini menasar kelompok remaja yang dikenal dengan sebutan kaum generasi Z atau generasi milineal. Mereka kini menjadi kreator dari beragam platform new media dengan konsep bagi hasil dan endorsers. Namun, belum mampu meningkatkan pendapatan. Sehingga diketahui, kompetensi memproduksi video, editing, hingga memasarkan video ke kanal media sosial belum dimiliki secara komprehensif. Dari sisi teknologi juga belum menguasai teknik koding dengan memaksimalkan *tool media sosial* dan *serach engine optimeze* (SEO). Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa semua para peserta yang mengikuti kegiatan ini telah meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang cara memproduksi dan pemasaran konten lewat seluruh media sosial di dunia.

Abstract: The current development of information and communication technology has encouraged the younger generation to become economically independent by developing a creative. Service activities carried out aim to educate in the form of training for content creators at Langsa City. This service targets a group of youth known as generation Z or the millennial generation. They are now the creators of various new media platforms with the concept of profit sharing and endorsers. However, it has not been able to increase revenue. So that it is known, the competence to produce videos, edit, to market videos to social media channels is not owned comprehensively. From a technological point of view, they also have not mastered coding techniques by maximizing social media tools and search engine optimization (SEO). The results of this activity show that all participants who took part in this activity have increased their knowledge and understanding of how to produce and market content through all social media in the world.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media sosial berperan penting dalam proses komunikasi bagi masyarakat modern. Posting foto, membuat caption yang menarik, menantikan like, serta membalas komentar menjadi sebuah aktivitas yang lazim dilakukan di media sosial.¹ Tak jarang, media sosial menjadi dunia virtual yang menjadi salah satu sumber pendapatan masyarakat modern.²

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.³

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%).⁴

Saat ini, pengguna internet di dominasi oleh Generasi Z. Generasi Z adalah anak-anak yang lahir pada tahun 1995 hingga 2014. Karakteristik Generasi 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. Generasi 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.⁵

Pemanfaatan media sosial oleh Generasi Z juga sekaligus menjadi metode baru untuk meningkatkan personal branding.⁶ Personal branding adalah sebuah kemasan atau ciri khas yang melekat pada diri seseorang yang terkait dengan kepribadian, keahlian, passion, gaya hidup, maupun hobi yang dilakukan. Media sosial menjadi sebuah platform yang memperkenalkan Generasi Z dalam membangun personal branding, maupun mencari pedoman dalam mengikuti gaya hidup tertentu berdasarkan tren yang berkembang di masyarakat.⁷ Sisi lain, minat generasi Z atau disebut milineal meningkat seiring platform media sosial menyediakan imbal bagi hasil untuk kreator. Saat ini, setidaknya youtube, facebook, dan sportify menyediakan bagi hasil untuk kreator berbasis

-
- 1 S. Kavisekera and N. Abeysekera, "Effect of Social Media Marketing on Brand Equity of Online Companies," *Management and Marketing Journal*, XIV, no. 2 (2016): 201-216.
 - 2 Jefry Romdonny*, Soesanty Maulany, "Contribution of Social Media in Increasing Marketing of Creative Economy Product" *Advances in Economics, Business and Management Research*, 123 (2019): 87-89.
 - 3 MLDSPOT, *Profesi Content Creator Terpopuler*, <https://www.mldspot.com/hobby/2017/03/23/5-profesi-content-creator-terpopuler>. [11 November 2022].
 - 4 Katadata, *Usia Produktif Mendominasi Pengguna Internet*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/23/usia-produktif-mendominasi-pengguna-internet>. [23 February 2018].
 - 5 A. Adam, *Selamat Tinggal Generasi Milenial, Selamat Datang Generasi Z*: <https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX>. [28 April 2017].
 - 6 T.D. Baruah, "Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study," *International Journal of Scientific and Research Publications*, vol. 2, no. 5, (2012): 1-10.
 - 7 F. Awolusi, "The impacts of social networking sites on workplace productivity," *Journal of Industrial Technology*, 28, no. 1 (2012): 1-7.

hitungan jumlah viewers.⁸ Karena itu pula, diperlukan peningkatan kompetensi bagi milenial untuk menjadi kreator handal. Selain bisa digunakan untuk jalur non formal, kompetensi ini bermanfaat ketika mereka memasuki dunia kerja atau industri yang serba digital dewasa ini.

1.2. Permasalahan Mitra

Generasi milenial saat ini mayoritas sebagai konten kreator dengan segala keterbatasannya. Mereka membuat video yang kemudian diunggah ke beragam “pipa” atau saluran media sosial yang menawarkan bagi hasil dengan para kreator. Namun, mereka tidak memiliki pengetahuan memadai untuk mengedit video yang akan dijadikan konten untuk ditayangkan sehingga disukai para penonton (*viewers*). Sisi lain, mereka tidak memiliki kompetensi memaksimalkan *Search Engine Optimize* (SEO) media sosial, sehingga tidak mengundang penonton ke kanal yang mereka dirikan.

Untuk itu, dibutuhkan kompetensi, mengambil video, mengedit, mengupload dan memaksimalkan SEO. Sehingga bisa menghasilkan penonton dalam jumlah besar dan menghasilkan pendapatan (uang) dalam jumlah besar. Meningkatnya pendapatan ini diharapkan bisa meningkatkan kesejahteraan generasi milenial dan pada akhirnya terhindar dari dampak negatif pergaulan social.

2. METODE

2.1 Lokasi dan Waktu Kegiatan

Adapun kegiatan pelaksanaan Pengabdian pada Masyarakat ini dilakukan di Pemerintah Kota Langsa dan dilaksanakan pada hari Sabtu 29 Juli 2023. Kegiatan dilaksanakan di Aula Pemerintahan Kota Langsa. Jumlah peserta sebanyak 30 orang yang umunya terdiri dari unsur pemuda atau generasi muda di wilayah Kota Langsa.

2.2 Pelaksanaan Kegiatan

Agar pengabdian ini berjalan dengan sistematis, maka langkah pelaksanaan disusun sedemikian rupa agar berjalan sesuai dengan waktu yang tersedia dan mencapai hasil maksimal. Langkah- langkah yang akan dilakukan adalah sebagai berikut :

- a. Tim pelaksana melakukan presentasi paparan terkait aspek kompetensi disain audio dan video konten yang diminati oleh penonton digital.
- b. Melakukan praktik langsung dilapangan dengan bahan- bahan yang sudah disediakan oleh tim. Praktik ini dimulai dari penggunaan aplikasi filmora dan adove movies.
- c. Memaksimalkan SEO dan disain tumnail lalu mengupload pada new media masing- masing untuk penonton.
- d. Melakukan pemantauan dan pendampingan kepada masyarakat selama 2 bulan proses tersebut berlangsung.

Program Pembinaan Konten Kreator Untuk Meningkatkan Pendapatan Generasi Milenial di Kota Langsa. Target utama adalah membantu konten kreator terdiri dari generasi Z atau milenial agar lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi konten audio dan video, disain tumnail, dan memasarkan konten sehingga mampu meningkatkan daya tarik masyarakat untuk menonton tayangan tersebut.

⁸ Jandy Luik, *New Media, Suatu Pengantar* (Jakarta: Prenada Pustaka, 2021), 23.

3. SOLUSI PERMASALAHAN

Pemuda yang tergabung dalam organisasi kepemudaan yang dipimpin seorang Ketua Pemuda di Kota Langsa merupakan sebuah organisasi yang mempunyai fungsi sebagai wadah pembinaan dan pemberdayaan sumber daya manusia khususnya bagi remaja-remaja dan kaum muda. Peningkatan potensi dan kualitas diri tercermin dari setiap kegiatan yang dilakukan didalamnya baik secara mandiri maupun program kerjasama dengan pihak lainnya dengan tujuan pengembangan bakat dan minat dikalangan remaja.

Selain itu, kegiatan ini merupakan perwujudan dari Tridarma Perguruan Tinggi berupa kegiatan-kegiatan yang dilakukan mengarah pada kepedulian kepada masyarakat dan lingkungan sekitar wilayah kampus Universitas Malikussaleh. Kegiatan ini merupakan kegiatan untuk meningkatkan penguasaan teknologi informasi dan komunikasi (Informatika). Untuk mewujudkan tujuan tersebut, diperlukan upaya yang optimal dengan cara memberikan Pembinaan Konten Kreator Untuk Meningkatkan Pendapatan Generasi Milineal di Kota Langsa.

Salah satu materi yang diberikan pada pembinaan ini yaitu pengenalan terhadap sistem informasi manajemen (SIM) dan mengoptimalkan kemampuan diri menjadi seorang *content creator* atau youtuber. Kanal Youtube merupakan sebuah representasi dari berbagai macam ide-ide atau gagasan kreatif yang tertuang dalam sebuah tayangan. Untuk dapat membuat konten-konten yang menarik tentulah diperlukan pengetahuan dalam membuatnya. Hal ini lah yang mendorong dosen Universitas Malikussaleh menjadikan pemuda objek pembinaan sebagai bagian dari kegiatan pengabdian masyarakat (PkM) ini.

Gambar 1. Tim Pelaksana Kegiatan



Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2023

Dipilihnya kegiatan Pembinaan Konten Kreator Untuk Meningkatkan Pendapatan Generasi Milineal di Kota Langsa bertujuan menjadikan pemuda setempat seorang *content creator* untuk meningkatkan pendapatan pemuda di desa tersebut. Pembinaan ini dimulai dengan memberikan pengetahuan tentang sistem informasi manajemen (SIM) dan potensi sebagai konten creator di dalam dunia digitalisasi yang sangat cepat berkembang. Selain

itu, pemateri memberikan strategi pemilihan konten yang akan disajikan kepada netizen. Kemudian, materi yang paling penting adalah cara membuat akun di berbagai platform yang berbasis kepada teknologi Informatika dengan menggunakan jaringan internetisasi.

Gambar 2. Peserta Pembinaan Konten Kreator



Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2023

Guna menilai sejauhmana pembinaan memberikan dampak pada peserta, maka dilakukan pretest dengan memberikan beberapa buah pertanyaan awal seputar tentang sistem informasi manajemen (SIM), strategi pemasaran, pemilihan jenis konten, pembuatan akun dan pembuatan fitur. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa mayoritas peserta pembinaan tidak memahami bagaimana caranya menjadi konten creator. Hal ini ditunjukkan lebih dari 90% peserta memberikan jawaban tidak memahami secara mendalam tentang konten creator. Melalui narasumber PkM, selanjutnya peserta diberikan materi yang berisi tentang konsep dasar menjadi konten creator sampai pada semua peserta mempunyai akun di berbagai platform media social yang ada. Guna mendapatkan gambaran tentang dampak dari pembinaan ini terhadap peningkatan pengetahuan peserta maka dilakukan posttest, untuk mengukur hasil dari pembinaan yang diberikan. Hasil pengukuran menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap peserta kegiatan. Setelah dilakukan pembinaan, pemahaman serta peningkatan pengetahuan dan keterampilan para peserta meningkat secara signifikan.

Setelah dilakukan pembinaan seluruh peserta memahami pengertian dari SIM, 80% peserta juga menjadi paham akan konsep dasar dan bentuk SIM, sementara 20% lainnya cukup paham. Demikian juga dengan kegunaan dan implementasi SIM rata 55% peserta telah memahaminya, walaupun ada beberapa yang masih belum memahaminya. Hasil pembinaan pengenalan konsep SIM ditunjukkan pada kemampuan para pemuda dalam menerapkannya pada kegiatan-kegiatan yang mereka rencanakan, sehingga lebih terarah dan tertata dengan baik. Sama halnya dengan pembinaan sebelumnya, pembinaan selanjutnya lebih dititikberatkan pada mengoptimalkan penggunaan media Youtube sebagai media untuk menjadi content creator. Awal pembinaan peserta melakukan pretest guna mengetahui sejauhmana pemahaman tentang content creator di Youtube.

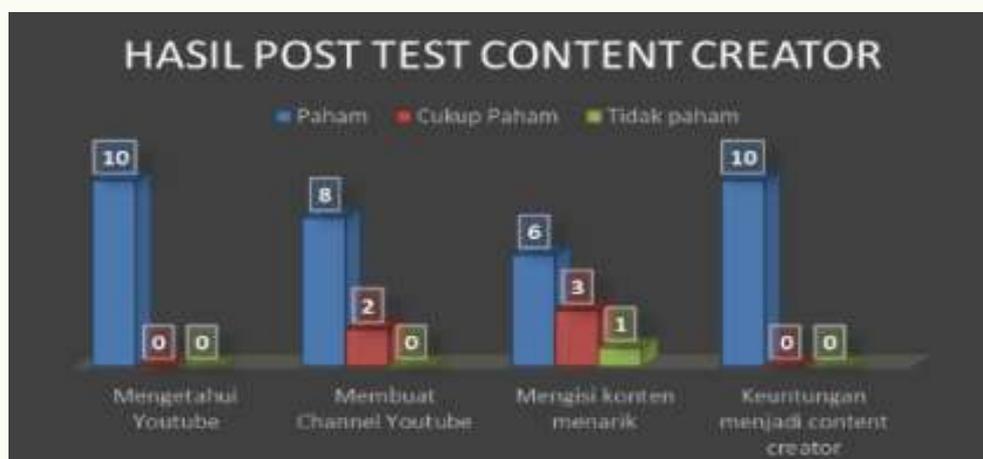
Gambar 3. Hasil Pre Test Content Creator



Sumber: Dokumentasi Keaguan, 2022

Hasil pengukuran menunjukkan seluruh peserta tahu akan Yoube sebagai bagian dari media dunia maya atau dunia virtual. Namun pengetahuan lebih mendalam tentang menjadi content creator di Youtube atau platfon lainnya mayoritas peserta tidak memahaminya, baik cara membuat channel, mengisi konten dan keuntungan jika menjadi seorang content creator.

Gambar 4. Hasil Post Test Content Creator



Sumber: Dokumentasi Keaguan, 2022

Seluruh peserta kini paham akan Youtube dan keuntungan yang diberikan jika menjadi content creator. Namun dari aspek pemanfaatan channel Youtube menyangkut cara pembuatan dan pengisian konten menarik, tidak semua peserta memahaminya, hal ini dikarenakan adanya perbedaan pada minat, bakat serta learning fast yang ada dalam diri peserta. Agar manfaat dari pembinaan dapat dirasakan secara nyata, dilakukan praktek langsung cara membuat konten kreatif pada kanal Youtube.

4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Target utama pengabdian ini adalah membantu pegiat konten kreator untuk menghasilkan kualitas audio dan video yang kreatif, dan inovatif. Termsuk memberikan

sistem informasi manajemen (SIM) dan pembinaan teknik search engine optimize (SEO) dalam platform new media yang digunakan oleh masing-masing kreator.

Seluruh akun new media kreator akan dibedah dengan menyesuaikan konten yang diminati oleh penonton. Prinsip digital yaitu semakin banyak penonton semakin banyak penghasilan uang sebagai bagi hasil dari platform. Tercatat saat ini, sejumlah media memberikan bagi hasil seperti youtube, facebook, instagram dan sportify. Memasarkan produk dalam bentuk konten memiliki teknik tersendiri. Sehingga harus dipelajari dalam satu rangkaian pembinaan untuk para kreator.

Pembinaan pengenalan SIM dan sukses menjadi content creator pada anggota dan pengurus pemuda Kota Langsa terbukti telah mampu meningkatkan kemampuan, pengetahuan serta keterampilan pemuda setempat sehingga pemuda lebih efektif dan efisien dan juga memahami bagaimana memanfaatkan media Youtube dengan konten-konten kreatifnya. Pembinaan ini juga telah menghasilkan individu-individu yang lebih kreatif dan inovatif dalam menghasilkan konten-konten yang bagus di channel Youtube masing-masing.

Kegiatan ini juga merekomendasikan supaya sebagai tindak lanjut dari kegiatan pengabdian masyarakat (PkM) ini adalah adanya keberlanjutan dan pendampingan bagi peserta pembinaan agar lebih handal lagi menjadi seorang youtuber atau content creator. Selain itu, pesat perkembangan teknologi informatika dengan segala platfon yang dimilikinya disarankan kepada aparaturnya desa untuk meningkatkan penganggaran terhadap pembinaan serupa sehingga pemuda dapat mengeksplorasi potensi desa melalui berbagai platfon media social di dunia virtual.

ACKNOWLEDGMENTS

Dalam pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, tim pelaksana mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang turut membantu terselenggaranya kegiatan ini khususnya kepada aparaturnya pemerintahan Kota Langsa yang telah memfasilitasi terselenggaranya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A., *Selamat Tinggal Generasi Milenial, Selamat Datang Generasi Z*: <https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX>. [28 April 2017].
- Awolusi, F., "The impacts of social networking sites on workplace productivity," *Journal of Industrial Technology*, 28, no. 1 (2012): 1-7.
- Jandy Luik, *New Media, Suatu Pengantar*, Jakarta: Prenada Pustaka, 2021.
- R. Jefry, M. Soesanty, "Contribution of Social Media in Increasing Marketing of Creative Economy Product" *Advances in Economics, Business and Management Research*, 123 (2019): 87-89.
- Katadata, *Usia Produktif Mendominasi Pengguna Internet*, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/23/usia-produktif-mendominasi-pengguna-internet>. [23 February 2018].
- MLDSPOT, *Profesi Content Creator Terpopuler*, <https://www.mldspot.com/hobby/2017/03/23/5-profesi-content-creator-terpopuler>. [11 November 2022].
- S. Kavisekera and N. Abeysekera, "Effect of Social Media Marketing on Brand Equity of Online Companies," *Management and Marketing Journal XIV*, no. 2 (2016): 201-216.
- T.D. Baruah, "Effectiveness of Social Media as a tool of communication and its potential for technology enabled connections: A micro-level study," *International Journal of Scientific and Research Publications 2*, no. 5, (2012): 1-10.