

Pelatihan Konten Kreator dalam Mendukung Masyarakat Informasi di Era Industri 5.0 di SMK Diponegoro Banyuputih Batang

Content Creator Training in Supporting the Information Society in the Industrial Era 5.0 at Vocational High School Diponegoro Banyuputih Batang

Choirunnisa^{1*}, Hendy Setiawan²

¹⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Selamat Sri Batang

²⁾ Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Selamat Sri Batang

*Email korespondensi: choirunnisa2630@gmail.com

Abstract

The purpose of this article is to explain the results of community service carried out by the service team at Diponegoro Banyuputih Vocational School, Batang Regency. This service is carried out by training content creators for vocational school students, especially in facing industry 5.0 competition. As we all know, Batang Regency since 2020 has been designated by President Joko Widodo as a strategic area for national industrial development. Therefore, in developing this industrial area, local communities are required to prepare and adapt in the face of rapid industrial competition. Moreover, currently Batang is an area that is officially designated as the Batang Integrated Industrial Area. This service uses a participatory training approach at Vocational School Diponegoro Banyuputih. The results show that in implementing the service, Diponegoro Vocational School students were very enthusiastic and enthusiastic about participating in content creator training. Lots of questions and answers were created so that students had more and more insight into the world of industry.

Keywords: Content Creator, Industri 5.0, World of Work

Abstrak

Tujuan dari tulisan ini ialah untuk memaparkan hasil pengabdian masyarakat yang telah dilakukan oleh tim pengabdian di SMK Diponegoro Banyuputih Kabupaten Batang. Pengabdian ini dilakukan dengan pelatihan konten kreator bagi siswa siswa SMK khususnya dalam menghadapi persaingan industri 5.0. Sebagaimana diketahui bersama bahwa Kabupaten Batang sejak tahun 2020 oleh Presiden Joko Widodo ditetapkan sebagai kawasan strategis pembangunan industri nasional. Oleh karena itu, dalam pembangunan kawasan industri tersebut, masyarakat setempat dituntut untuk bersiap dan beradaptasi dalam menghadapi persaingan industri yang begitu cepat. Terlebih saat ini Kabupaten Batang menjadi wilayah yang secara resmi ditetapkan sebagai Kawasan Industri Terpadu Batang. Pengabdian ini menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif di SMK Diponegoro Banyuputih. Hasil menunjukkan bahwa di dalam pelaksanaan pengabdian siswa-siswa SMK Diponegoro sangat antusias dan semangat dalam mengikuti pelatihan konten creator. Banyak sekali tanya jawab yang terbangun sehingga wawasan akan dunia industri di kalangan siswa semakin banyak.

Kata Kunci: Konten Creator, Industri 5.0, Dunia Kerja



Copyright © 2023 Hippocampus: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Perkembangan dari teknologi informasi dan komunikasi berdampak pada terjadinya transformasi digital yang mampu merubah tatanan industri (Saputra et al., 2022). Perubahan ini tentunya merupakan satu elemen dari kerangka berfikir dan menjadi kebijakan baru seperti revolusi industri 4.0 ataupun industri internet. Dari gagasan tersebut memunculkan bahwa teknologi dan manusia harus berdampingan dalam menciptakan kehidupan yang bernilai (Sosro et al., 2023). Melalui konsep tersebut, Negara Jepang merancang sebuah konsep inti dari 5th *science and technology basic plan* yang dinamakan industri 5.0. Di mana industri 5.0 merupakan implementasi dari industri 4.0 yang mempertimbangkan aspek humaniora. Maka pada revolusi 5.0 memiliki harapan diantaranya mampu menyelesaikan berbagai permasalahan sosial, menciptakan peluang baru dalam dunia bisnis maupun di industri kreatif.

Peran inovasi yang tinggi dalam industri konten digital memunculkan memprediksi jika industri ini akan tumbuh dan berkelanjutan pada era industri 5.0. Sebab informasi atau konten menjadi dasar pengambilan keputusan bahkan menciptakan peluang bisnis baru dalam sektor industri kreatif. Salah satu peluang bisnis baru juga melahirkan profesi baru, salah satunya menjadi *content creator* (Suyono et al., 2023). Hingga saat ini *content creator* menghiasi berbagai platform yang tersebar di beberapa media mulai dari media digital dan media sosial. Maka kegiatan utama dari seorang konten creator diantaranya menyebarluaskan sebuah informasi yang mana akan ditransformasikan (Rizal et al., 2023). Beragam karya yang ada mulai dari tulisan, gambar, video ataupun gabungan kedua materi tersebut. Tidak hanya teknologi saja yang dituntut untuk terus berkembang namun industri konten juga mengalami hal yang serupa. Seorang konten creator perlu membutuhkan kreatifitas dalam menciptakan sebuah inovasi.

Melalui penggunaan media sosial di kalangan remaja saat ini menjadi peluang besar untuk dijadikan ladang bisnis. Hal ini tentunya berkaitan dengan era digital yang mana mampu modifikasi beragam konten yang ada di media sosial (Bahri et al., 2023). Merujuk pada konten yang ada dalam beragam platform media sosial saat ini, disemarakkan dari berbagai bidang seperti *game, fashion, entertainment, food,*

lifestyle. Penyebaran dari beragam konten ataupun materi dari seorang konten creator terletak dari segmentasinya, dalam hal ini merupakan kalangan remaja. Pada realitanya ketertarikan pada kalangan remaja menjadi hal baru terutama ketertarikan pada dunia media digital. Sehingga media digital saat ini dikemas dengan menarik, kreatif, inovasi sehingga memberikan dampak disukai atau digandrungi oleh kalangan remaja (Majid et al., 2022). Hal inilah yang menjadi peluang bisnis generasi remaja dalam mempersiapkan diri untuk menjadi konten creator di media sosial.

Melalui media sosial, seorang konten creator dapat menunjukkan *personal branding* pada platform yang sesuai dengan minat dan kepribadian yang dimilikinya. *Personal branding* merupakan cara seseorang dalam membentuk, menarik bahkan mempertahankan pandangan khalayak pada aspek-aspek yang dimiliki seseorang. Diera saat ini, *personal branding* menjadi media pemasaran yang dibutuhkan di era masyarakat *society 5.0*. Selain menjadi media pemasaran, *personal branding* merupakan bagian dalam menonjolkan keunikan yang dimiliki user pengguna media sosial ditengah banyaknya user media di luar sana (Syahputra et al., 2022). Uniknya setiap media sosial memiliki karakteristik dan pendekatan yang berbeda-beda. Hal ini disebabkan oleh fitur yang dimiliki setiap media sosial tersebut. Tabel 1 berikut merupakan pengguna media sosial di Indonesia berdasarkan data survei yang dilakukan oleh *Center for Strategic and International Studies*.

Tabel 1. Jumlah Pengguna Internet Masyarakat Muda (2017-2022)

Media Sosial	Tahun		
	2017	2018	2022
WhatsApp	70,3%	91,6%	98,3%
Facebook	81,7%	93,1%	84,8%
Youtube	43,7%	56,3%	74,9%
Instagram	54,7%	67,5%	74,5%
Tik Tok	-	-	56,0%
Twitter	23,7%	21,3%	24,8%

Sumber: Berdasarkan Survei dari CSIS pada 8 Agustus sampai 13 Agustus 2022

Berkaitan dengan hal tersebut atas tingginya penggunaan media sosial bagi kalangan muda, maka perkembangan media sosial yang begitu canggih harus bisa direspon oleh setiap elemen masyarakat, termasuk di dalamnya yakni warga sekolah. Membangun branding personal melalui sebuah konten creator menjadi langkah yang harus dilakukan, terlebih untuk menghadapi masyarakat industri 5.0. Untuk membekali hal itu, maka tim pengabdian memilih mengadakan pelatihan konten creator di SMK Diponegoro Banyuputih Batang. Hal ini terlebih mengingat Kabupaten Batang sejak tahun 2020 oleh presiden ditetapkan sebagai kawasan industri strategis yakni Kawasan Industri Terpadu Batang (KITB) (Sutinarto, 2022). Hal ini tentu sangat mendukung kesiapan SDM di Kabupaten Batang dalam menghadapi persaingan industri terpadu sehingga pelatihan ini dianggap menjadi sangat penting dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat di Batang. Atas dasar urgensi itulah maka pelatihan konten creator dilakukan guna mendukung keberlangsungan pembangunan kawasan industri maju dengan melibatkan kapasitas SDM lokal yang mampu bersaing dengan SDM lainnya.

METODE

Proses kegiatan pengabdian masyarakat, peneliti menggunakan metode *workshop* dalam memberikan informasi yang bersifat dua arah antara narasumber dengan siswa-siswi ataupun sebaliknya. Kegiatan ini dilaksanakan hari Senin 31 Agustus 2023 pukul 09.00 -12.30 bertempat di Aula SMK Diponegoro Banyuputih. Topik yang diambil pada kegiatan ini adalah *Comtalk we are social media expert* yang dibagi menjadi tiga sesi *best conten creator*, *public speaking* dan fotografi.

Ketiga materi ini diambil dengan tujuan memudahkan para siswa-siswi dalam memahami urgensi dan bagaimana menjadi *content creator* yang professional. Adapun proses pelaksanaan kegiatan ini melalui berbagai susunan acara mulai dari pembukaan dan sambutan dari Kepala Sekolah SMK Diponegoro Banyuputih, penyampaian materi dari narasumber kemudian dilanjutkan dengan *focus group discussion* dan tanya jawab. Pada kegiatan ini peneliti melibatkan beberapa pihak sebagai partisipan agar berjalan dengan baik.



Gambar 1. Poster Program Pengabdian Masyarakat di SMK Diponegoro Batang

Tolak ukur dalam keberhasilan kegiatan ini adalah adanya hasil yang konkret sebagai tindak lanjut bukan hanya berhenti pada penyampaian materi namun harus adanya keberlanjutan yang dilakukan ataupun direalisasikan di lapangan setelah adanya kegiatan ini. Berikut ini rangkaian tahapan pada pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan peneliti sebagai berikut ini.



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan Program Pengabdian Kepada Masyarakat

Dari gambar 2 diatas adalah tahapan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan peneliti di lapangan. Sebelum terjun ke lapangan peneliti melakukan proses observasi terlebih dahulu. Observasi adalah sebuah proses memetakan permasalahan di lapangan dan hal ini penting

dilakukan (Masithoh & Anintyawati, 2022). Setelah dilakukan observasi atau semacam peninjauan awal, maka rangkaian pengabdian ini dalam pengejawantahan di lapangan disusun dengan rangkaian pembukaan dan sambutan, penyampaian materi, kelompok diskusi terpumpun, dilanjutkan dengan tanya jawab pemateri dengan audien, dan terakhir ditutup dengan kesimpulan dari apa yang sudah dibicarakan sebelumnya (Arditiya et al., 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian pelaksanaan pada kegiatan ini adalah workshop ataupun pelatihan konten creator untuk siswa-siswi SMK Diponegoro Banyuputih. Adapun kegiatan ini dilaksanakan pada hari Senin, 31 Agustus 2023 pukul 10.00 - 12.00 WIB bertempat di Aula SMK Diponegoro Banyuputih. Topik bahasan dalam kegiatan ini dibagi menjadi tiga yaitu urgensi *content creator*, *personal branding*, dan optimalisasi *content creator* dalam menghadapi masyarakat industri 5.0.

Tujuan dari kegiatan ini memberikan *knowledge* menjadi *content creator* yang profesional. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan terdapat stigma yang terbangun di kalangan siswa-siswi adalah seorang *content creator* yang hanya ditekuni bagi mereka yang memiliki jumlah *followers* yang tinggi dan bisa berjualan di media sosial. Dari stigma ini maka, tim pengabdian perlu memberikan optimalisasi, *engagement*, *awareness*, *personal branding*. Oleh karena itu, setiap individu mampu membentuk dan menciptakan *personal branding*-nya dalam meningkatkan nilai jualnya, hal ini bertujuan untuk menarik lebih banyak khalayak.

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, pemateri memfokuskan pada bagaimana langkah yang harus ditempuh dalam pengoptimalisasi *content creator* dalam menghadapi masyarakat industri 5.0. Sebelum penyampaian materi, tim pengabdian melakukan pre-test kepada siswa-siswi untuk mengetahui seberapa besar tingkatan pemahaman mengenai optimalisasi *content creator* dalam menghadapi masyarakat di era industri 5.0. Hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran situasi siswa-siswi pada saat sebelum dilakukannya kegiatan pengabdian pada masyarakat.

Dilihat dari grafik hasil *pre-test* yang sebelumnya dilakukan oleh tim pengabdian yang merujuk pada siswa-siswi cukup memahami optimalisasi *content creator* meliputi urgensi *content creator*, bagaimana menjadi *content creator* yang profesional, mengidentifikasi produk yang dihasilkan oleh seorang *content creator*, skill yang harus dimiliki seorang *content creator* dan *engagement*, *awareness*, *personal branding*. Namun tim pengabdian menemukan temuan yang menarik, bahwa sebagian besar dari siswa-siswi belum memahami pentingnya *personal branding*. Kemudian tim pengabdian melanjutkan dalam tahapan pelaksanaan program kegiatan ini.

Pada tahap pelaksanaan ini menjadi hal yang paling mendasar dalam segala rangkaian kegiatan dari awal hingga akhir secara sistematis. Pemateri pertama disampaikan oleh Choirunnisa dengan menyajikan materi *content creator* yang dimulai dengan *introduction* dari pengertian *content creator*, urgensi, skill yang harus dimiliki, kendala. Kemudian dilanjutkan dengan apa itu *personal branding*, bagaimana cara membangun *personal branding*, contoh dan tujuan dari *personal branding* dan tidak lupa menjawab bagian yang paling penting yaitu bagaimana optimalisasi *content creator* dalam menghadapi masyarakat industri 5.0 saat ini. Setelah proses penyampaian materi selesai, dilanjutkan dengan *fgd* dan tanya jawab dengan siswa-siswi, berikut ini gambar tiga proses penyampaian materi dan dilanjutkan dengan *FGD* sebagai berikut ini.



Gambar 3. Sesi Narasumber Mengenai *Content Creator*

Di akhir kegiatan pengabdian ini, peserta diminta mempresentasikan dan bagaimana membuat konten-konten yang menarik yang telah disitribusikan pada sosial media mereka. Sebagian besar dari peserta (siswa-siswi) menyampaikan bahwa konten-konten yang

mereka unggah Sebagian besar pada sosial media TikTok. Media TikTok dipilih karena kemudahan mengakses media sosial tersebut dan mudah ketika di reach oleh pengguna lain bila dibandingkan dengan media sosial lainnya.



Gambar 4. Interaksi Pemateri dengan Siswa SMK Diponegoro (Partisipatif Siswa FGD)

KESIMPULAN

Pelaksanaan pada kegiatan ini meningkatkan keterampilan dan optimalisasi *content creator* pada siswa-siswi SMK Banyu Putih. Tim pengabdian dapat menarik kesimpulan jika siswa-siswi sebagai peserta dalam kegiatan ini memiliki kendala dan tantangan yang dihadapi. Seperti pembuatan *content*, penentuan platform media sosial yang akan digunakan, *segmentasi pasar*, dan kurangnya pemahaman siswa-siswi bahwa *personal branding* merupakan hal yang penting dimiliki seorang *content creator* dalam melakukan *diferensiasi content*. Pada kegiatan ini memiliki beberapa kendala seperti kesulitan dalam pemilihan platform media yang akan digunakan dalam mendistribusikan konten yang mereka buat. Kemudian kurangnya pemahaman akan pentingnya bagi seorang konten creator memahami *personal branding* dalam mengkategorisasikan *diferensiasi konten*.

Maka secara umum pada kegiatan ini memiliki kesimpulan bahwasanya sebagian besar dari peserta masih minimnya pengetahuan dan memahami peluang-peluang bisnis baru dari hadirnya media digital. Hal ini tentunya didasari bawasannya masih banyak stigma di masyarakat akan *conten creator* hanya sebuah hobi belaka bukan hanya profesi yang patut

ditekuni. Sigma ini tentunya berdampak langsung ke masyarakat kurang percaya diri dalam mengembangkan dirinya menjadi seorang konten creator. Hal ini menjadi hal yang amat mengembangkan dirinya menjadi seorang *conten creator*. Hal ini menjadi hal yang amat disayangkan mengingat di era digital saat ini, dengan tingginya tingkat ketergantungan terhadap media digital yakni seperti media sosial masyarakat masih enggan untuk memanfaatkan media digital dengan maksimal

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak dalam menyukseskan kegiatan ini, di antaranya SMK Banyu Putih sebagai mitra yang bersedia dalam bekerja sama dengan tim pengabdian. Kemudian tim LPPM Universitas Selamat Sri yang selalu mendukung segala kegiatan baik kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada SMK Diponegoro Banyuputih sebagai mitra pelaksanaan dalam pengabdian masyarakat dan telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan program pengabdian masyarakat ini. Tak lupa, penulis menyampaikan terima kasih kepada suami tercinta Hendy Setiawan, S.I.P., M.A yang telah melakukan support dan memberikan dukungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arditiya, S., Karim, A., Aprilia, C., Hardiyanti, D., Laura, E., Sulistiya, H., Khofifah, & Muniza. (2022). Pemberian Edukasi Mengenai Pola Makan Sehat Pada Siswa-Siswi SMP Negeri 5 Sambas. *Hippocampus*, 1(1), 21-25. <https://doi.org/10.47767/hippocampus.v1i1.361>
- Bahri, H., Masriadi, Kamaruddin, & Andyna, C. (2023). Pelatihan Konten Kreator Untuk Meningkatkan Pendapatan Generasi Milineal di Desa Lancang Garam, Kecamatan Banda. *Academica: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1).
- Majid, N. W. A., Fauzi, A., Sari, D. P., Ridwan, T., Widodo, S., Meyriska, N., Adawiyah,

- R. A. Al, & Nurunnisa, M. (2022). Pengembangan Keterampilan Digital Content Creator Pelajar Tingkat Menengah Atas di Kabupaten Purwakarta. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(2), 283. <https://doi.org/10.30595/jppm.v5i2.9898>
- Masithoh, D., & Anintyawati, R. (2022). Penyuluhan Program Penghijauan untuk Menanamkan Pendidikan Karakter “Cinta Lingkungan” di Sekolah Dasar. *Lamahu: Jurnal Pengabdian Masyarakat Terintegrasi*, 1(2), 47–51. <https://doi.org/10.34312/ljpmt.v1i2.15529>
- Rizal, D. N., Haniefa, N., Fadlurrohman, H. N., Bagaskara, F., Pramudya, R., Beniko, A. J., Asmara, A. P., & Rahmah, H. (2023). Jurnal Pengabdian Perguruan Tinggi PEDATI Jurnal Pengabdian Perguruan Tinggi. *PEDATI Jurnal Pengabdian Perguruan Tinggi*, 1(1), 44–52.
- Saputra, D., Jayanti, W. E., Meilinda, E., & Dharmawan, W. S. (2022). Pelatihan Keterampilan Content Creator Bagi Anak Asuh Panti Asuhan Ahmad Yani Pontianak. *Mafaza : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 172–182. <https://doi.org/10.32665/mafaza.v2i2.1099>
- Sosro, H., Wijoyo, H., Mustofa, M., & Noor, F. (2023). Optimalisasi Ketrampilan Digital Content Creator Pemuda Desa Mojodelik Kecamatan Gayam Kabupaten Bojonegoro. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 2077–2086.
- Sutinnarto. (2022). Peran Pemerintah Daerah Kabupaten Batang dalam Penanganan Konflik di Kawasan Industri Terpadu Batang. *Journal of Social and Political Science*, 1, 1–8.
- Suyono, S., Suhari, S., Srinarwati, D. R., & ... (2023). Peluang Bisnis Menjadi Konten Kreator Di Kalangan Remaja Milenial Pada Era Digital Desa Banjar Kemuning Sedati Sidoarjo. *SEWAGATI: Jurnal ...*, 2(2), 161–170. <http://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/sewagati/article/view/820%0Ahttps://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/sewagati/article/download/820/790>
- Syahputra, H. R., Meriza, I., Arianda, I., Hijrah, H., Junaidi, J., Khairina, U., & Tisa, M. (2022). Optimalisasi Media Sosial Pada Generasi Z Melalui Pelatihan Content Creator. *Meuseuraya - Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 51–58. <https://doi.org/10.47498/meuseuraya.v1i2.1357>