

Optimalisasi Ketrampilan Digital Content Creator Pemuda Desa Mojodelik Kecamatan Gayam Kabupaten Bojonegoro

Handoko Sosro Hadi Wijoyo*, Moh. Mustofa², Fauzian Noor³

¹Universitas Bojonegoro, Bojonegoro, Indonesia

²Universitas Bojonegoro, Bojonegoro, Indonesia

³Universitas Bojonegoro, Bojonegoro, Indonesia

*e-mail korespondensi: handokoshw@gmail.com

Abstract

Content creators are currently in great demand for side jobs, even as a main job, the focus in community service is to provide video content creation training that aims to strengthen the skills of Mojodelik village youths who are members of the village youth organization, this aims for various purposes increase the skills and marketing of village tourism in the village, especially since the head of the village has committed to later being projected to promote MSMEs in his village, using digital media, training is carried out offline using learning methods with project-based methods. In this method, the participants gather information, think critically, analyze, produce, and evaluate the project, and carry for two months with structured material which is divided into two, the first session they gain insight into opportunities, rules, to laws in IT laws, the second session in the second month they were taught technically to create content, the participants were quite enthusiastic and followed the technical guidance until it was finished, their final assignment was to make a group project, lots of creativity emerged and new ideas in creating content, they were able to share the results of the content production on social media which they master so that later it will have an economic impact, they can share this soft skill development for the next generation in a youth organization.

Keywords: Content Creator, Youth, Video, Creativity.

Abstrak

Content Creator saat ini banyak diminati untuk menjadi pekerjaan sampingan, bahkan menjadi pekerjaan utama, fokus dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberi pelatihan pembuatan konten video yang bertujuan untuk memperkuat keterampilan para pemuda desa Mojodelik yang tergabung dalam karang taruna desa, hal ini bertujuan untuk berbagai keperluan menambah skill dan pemasaran wisata desa di desa tersebut terlebih kepala desanya telah berkomitmen nantinya akan di proyeksikan mempromosikan UMKM yang ada disesanya, dengan menggunakan media digital, pelatihan dilakukan secara offline dengan menggunakan metode belajar berbasis proyek. Dalam metode ini, para peserta mengumpulkan informasi, berpikir kritis, menganalisis, memproduksi dan mengevaluasi proyek tersebut, pelaksanaan selama dua bulan dengan materi yang terstruktur yang dibagi menjadi dua,, sesi pertama mereka mendapat wawasan tentang peluang, kaidah, sampai hukum di undang undang IT, sesi kedua di bulan ke dua mereka diajari secara teknis membuat sebuah konten, peserta cukup antusias dan mengikuti bimbingan teknis sampai selesai, tugas akhir mereka adalah membuat sebuah proyek kelompok, banyak kreatifitas muncul dan ide baru dalam membuat konten, mereka dapat membagikan hasil produksi kontennya pada media sosial yang mereka kuasai hingga nantinya akan memberikan dampak ekonomi, pengembangan soft skill ini dapat mereka bagikan untuk generasi selanjutnya di pengurusan karang taruna.

Kata Kunci: Konten Kreator, pemuda, video, kreatifitas.

Accepted: 2023-06-28

Published: 2023-07-15

PENDAHULUAN

Pemuda sekarang identik dengan aktivitas sosial media, tidak sedikit yang tertarik dengan content creator. Perubahan kebutuhan tersebut sangat dipengaruhi oleh kondisi masyarakat yang sering menggunakan teknologi untuk kebutuhan sehari-hari. Sebaliknya, banyak anak muda saat ini yang mencoba belajar menjadi pembuat konten. sebagai penyedia konten saat ini didasari pada

keberadaan platform media sosial yang berkembang pesat. Aplikasi seperti Tik Tok, Instagram dan Youtube adalah contoh yang keberadaannya tidak hanya untuk berbagi momen melalui gambar dan video, tetapi juga untuk menghasilkan keuntungan melalui adsense. (Agustina et al., 2021). Pada prinsipnya, kehadiran media sosial dalam media periklanan dapat bermanfaat baik untuk brand maupun pengembangan soft skill (Majid et al., 2022). content creator juga identic dengan pembuatan video, hal ini menjadi fokus baru dalam dunia ekonomi, karna video termasuk dalam ekonomi kreatif yang saat ini menjadi fokus pemerintah Indonesia (Wijoyo & Anitasari, 2021)

Berkembangnya media sosial, banyak ide dan kreatifitas bermunculan. Salah satunya adalah penggunaan media sosial, yang pada gilirannya menghasilkan konten yang begitu banyak jumlahnya, tidak ada filter bagus dan tidaknya jika sudah di media sosial, karna ketertarikan terhadap konten itu sendiri di tentukan oleh warganet atau sering disebut nitizen. Hadirnya internet saat ini menjadi salah satu kemajuan dalam berbagai hal yang akan memudahkan kehidupan sehari-hari bagi semua orang di masa mendatang. Dengan bantuan Internet, orang-orang saat ini memiliki akses mudah ke semua informasi dari mana saja di dunia, mereka dapat berkomunikasi tanpa batasan waktu dan tempat, transfer uang difasilitasi sebagai hiburan, dan Internet menawarkan banyak keuntungan lainnya. Semua orang sudah tahu (Kussanti et al., 2022)

Internet menawarkan banyak fungsi layanan yang user friendly di kehidupan manusia dalam bertukar informasi dengan waktu yang singkat. Perbedaan jarak dan waktu menjadi sirna karena setiap orang dapat mengirim atau menerima informasi dimanapun dan kapanpun, bahkan informasi terkini yang tersedia dengan sangat cepat di belahan dunia lain. Kemampuan menggunakan teknologi dengan baik sangat dibutuhkan di masyarakat, terutama di kalangan milenial (Roberts & Townsend, 2016)

1. Solusi Permasalahan Pendampingan

- a. Memberikan bimtek secara intents kepada pemuda mengenai menjadi konten kreator sehingga mampu menjadi konten kreator yang produktif. baik itu untuk dirinya sendiri maupun branding wisata Desa Mojodelik.
- b. Melakukan proses identifikasi potensi menjadi sebuah konten sampai dengan penguasaan media sosial untuk branding desa, serta dapat membantu UMKM setempat untuk membantu promosi secara digital.

METODE

Pelatihan konten digital merupakan pelatihan pertama bagi generasi milenial. Selain itu, pendidikan juga menuntut penonjolan nilai-nilai karakter bangsa agar gagasan-gagasan yang bertentangan dengan budaya luhur kita tidak tersapu bersih. Oleh karena itu, melalui pelatihan kreator konten digital ini diharapkan dapat mentransmisikan nilai-nilai budaya bangsa seperti jati diri dan jati diri tanpa harus menghilangkan esensi kreativitasnya (Wijoyo & Anitasari, 2021).

Pemahaman penggunaan teknologi maupun digital dapat terapkan melalui pembelajaran teknologi formal dan informal. Materi yang akan dikembangkan dapat mengikuti tabel taksonomi kompetensi teknis yang dapat di lihat pada tabel 1.

Tabel 1. Taksonomi kompetensi teknologi

No.	Level	Kompetensi
1.	Kesadaran Teknologi	Pemahaman
2.	Literasi Teknologi	Pemahaman Secara Komprehensif
3.	Kemampuan Teknologi	Penerapan
4.	Kreativitas Teknologi	Penemuan
5.	Kritis terhadap Teknologi	Pertimbangan

Sumber : (Pavlova, 2009)

Karang Taruna Tunas Harapan Desa Mojodelik Kecamatan Gayam Kabupaten Bojonegoro. Karang Taruna merupakan tempat tumbuh dan menguatnya sumber daya para anggotanya. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan pemuda pedesaan dengan memaksimalkan perkembangan teknologi dan informasi, serta memperkenalkan content creator kearah yang baik informatif, mendidik dan menguntungkan secara finansial. Minat anak muda di bidang industri kreatif semakin meningkat (Riesta Ayu Oktarina et al., 2023). hal ini dapat di lihat dalam tabel 2.

Tabel 2. Kuiseioner peminatan menjadi content creator pemuda Desa Mojodelik.

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1.	Apakah anda ingin berkontribusi di dunia digital?	20	3
2.	Apakah anda mengerti tentang apa itu content creator?	19	4
3.	Apakah anda tertarik sebagai Youtuber ?	15	8
4.	Apakah andan aktif di semua media sosial ?	16	7
5.	Media sosial untuk hiburan dan mencari informasi.	23	0
6.	Dapat kreatif hanya dengan menggunakan media handphone untuk editing video	10	13
7.	Suka membuat video menggunakan template	16	7
8.	Memahami keuntungan dari membuat konten	7	16

Pengabdian masyarakat dibuka sambutan dari Kepala Desa Mojodelik ibu Hj. Yuntik Rahayu, dimana pada sambutannya, sangat menyambut baik kegiatan sharing pengetahuan yang diberikan oleh para dosen prodi ekonomi pembangunan kepada pemuda Karang Taruna desa Mojodelik. *"Perkembangan teknologi saat ini mendorong setiap orang untuk lebih kreatif dan inovatif, tentunya ada hal positif dan negatif untuk itu kita harus lebih selektif dan dapat memanfaatkan media sosial dengan bijak sehingga dapat mengelola informasi dengan baik dan menjadikan media sosial sebagai media perantara yang positif, dan saya minta para pemuda tidak hanya jadi penikmat media sosial, namun juga bdapat membuat konten yang positif di media sosial".*

Tanggapan dari bapak Eko Subiyono selaku kapid ekonomi kreatif di dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten Bojonegoro menuturkan *"Dengan adanya pengabdian masyarakat yang diselenggarakan Fakultas Ekonomi mengantarkan para pemuda lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan membuat konten yang edukatif serta perlu memperhatikan apa saja yang menjadi kebutuhan, manfaat dan keunggulan dari media sosial saat ini, terlebih pada aspek pengembangan industry kreatif".* Dan pada akhir sambutannya ibu kepala desa mengharapkan agar kedepannya hubungan antara pemuda Karang Taruna desa Mojodelik dengan Universitas Bojonegoro terus berkembang dan kedepannya memiliki topik lain yang tidak kalah menarik dan edukatif di PKM yang akan datang.

Kebutuhan informasi yang berbeda-beda dan pada dasarnya hal itu disebabkan adanya kesenjangan antara keinginan dan kenyataan. Dengan perkembangan ilmu pengetahuan teknologi, komunikasi dan informasi menjadi lebih fleksibel. dari perkembangannya lahirlah media sosial, dan kini media sosial menawarkan berbagai kegunaan bagi penggunaanya. Media sosial saat ini dapat dengan cepat diadopsi oleh orang-orang di seluruh dunia, oleh karena itu pengguna media sosial semakin meningkat dan membuat konten yang baik dengan konsep informatif, mendidik, dan persuasive (Hastuti et al., 2022). Misalnya content creator atau orang yang membuat konten untuk media sosial, content creator sebagai budaya baru di era digital ini, orang mengadaptasi dari mereka yang paham media digital atau menggunakan media digital dengan benar dan cerdas. Oleh karena itu, dalam membuat konten harus jeli dalam memilih dan menyusun bahan untuk didistribusikan di media digital.

1. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan PKM terdapat tiga tahap pelaksanaan Pertama melakukan survei secara lisan/pendataan pada pemuda Desa Mojodelik sampai sejauh mana pemahamannya mengenai Conten Creator. memberikan materi/pengajaran pertama berupa teori tentang Conten Creator Melakukan pendampingan langsung dalam membuat sebuah konten.

Penjelasan kurikulum materi dan kegiatan pelatihan conten creator antara lain adalah :

- A. Mampu memahami prinsip video content creator :
 - a. Definisi content creator secara mendalam
 - b. Memahami potensi, proses bisnis, *Adsense*, kemampuan dasar dan mindset seorang content creator
 - c. Memahami *softskill* yang perlu dikuasai oleh content creator, termasuk keterampilan mengembangkan kolaborasi dengan pihak luar
 - d. Memahami karakteristik media digital maupun sosial media
 - e. Memahami strategi marketing konten video di media digital
 - f. Memahami etika dan prinsip dalam penciptaan ide konten seperti originalitas, hakcipta (*copyright*), regulasi (UU ITE dan regulasi lain yang terkait).
- B. Membuat *planning* produksi konten video :
 - a. *Research* dan perencanaan konten secara umum dan secara khusus pada sektor yang di tentukan
 - b. menggali ide untuk konten komunikasi
 - c. Memilih media digital yang menjadi fokus
 - d. Merancang sekenario dan *storyboard* Menggunakan *content planning template* untuk membuat rencana produksi video
- C. Memproduksi konten video
 - a. *Workflow* produksi konten pada wisata Phutuk Kreweng dan UMKM disekitar
 - b. Persiapan dan instalasi (*Set-Up*) produksi konten video di Handphone
 - c. Persiapan *setting* video (lokasi, pemain, peralatan, wardrobe dan lain-lain)
 - d. Pengoperasian kamera *smartphone* untuk mengambil video dengan teknik yang baik (penempatan dan pergerakan kamera, pencahayaan, modifikasi objek)
 - e. Teknik videografi
- D. Editing Video
 - a. Edit video dengan fitur *software* edit video di *smartphone* sesuai kebutuhan script
 - b. Tambahkan elemen pendukung visual dan audio dari sumber lain sesuai kebutuhan (penamaan, rekaman, dan lainnya)
 - c. Ekspor video sebagai file video dalam format yang diperlukan
- E. Publikasi konten video di internet
 - a. Mengunggah konten video ke media digital
 - b. Menggunakan alat digital untuk meningkatkan keterlibatan dan tampilan halaman di media digital
 - c. Penggunaan alat digital untuk menganalisis keterlibatan dan tampilan halaman di media digital
 - d. Strategi Rilis.
- F. Evaluasi
 - a. Penilaian terhadap konten video yang diunggah peserta ke media digital, selain itu kami meminta evaluasi mengenai PKM ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi di bagi menjadi dua sesi, sesi pertama adalah pengenalan dan membangun mindset konten creator. Pelaksanaan sesi pertama di lakukan di tempat wisata desa yaitu Phutuk Kreweng dan sesi kedua di laksanakan di Balai Desa

1. Membangun Mindset Conten Creator

Peserta akan mendapatkan materi tentang prinsip dasar tujuan utama menjadi seorang content creator, cara membuat video original dengan menggunakan positive digital asset yang dibuat oleh masing-masing content creator, memahami basic skill dalam memiliki aset digital, strategi video marketing untuk media digital, pada tips etis, dll. Kebijakan pembuatan konten video disediakan. Semua konten kreatif yang dihasilkan harus relevan, positif dan berkualitas. Karena konten berkualitas menciptakan audiens yang terlibat dalam jangka panjang (Maeskina & Hidayat, 2022). Oleh karena itu, setiap postingan harus memiliki audiens yang terlibat aktif dan terus berinteraksi melalui suka, komentar, bagikan, simpan, dll. Selain itu saluran distribusi yang tepat, di mana algoritma media benar-benar mengatur itu, konten yang baik akan di ikuti banyak pemirsa dan memilih media digital yang tepat merupakan faktor kunci keberhasilan content creator.

Materi berlanjut di ranah pola pikir yang benar dan keterampilan yang tepat yang harus dimiliki oleh seorang content creator. Sebagai pendatang baru, berbagi dan partisipasi adalah tolok ukur terpenting bagi profesi content creator. Tujuan utama calon content creator adalah untuk meningkatkan keterlibatan secara bertahap sehingga hubungan dengan pengikutnya. Keterlibatan artinya setiap content creator harus membawa kepercayaan dan keterlibatan audiens mereka. Keterampilan sebenarnya adalah menghasilkan ide. Setiap pembuat konten harus kreatif, karena kreativitas adalah aset terpenting.

Materi selanjutnya mencakup strategi pemasaran media digital, untuk setiap fase strategi media digital. seperti strategi pemasaran konten melalui media sosial instagram, di mana pembuat konten dapat bereksplorasi seperti mengubah akun pribadi menjadi akun bisnis, memasang iklan instagram dan menggunakan iklan berbayar, tagar (#), video untuk dipublikasikan tepat waktu, menggunakan instagram insights yang berfungsi sebagai informasi statistik, seperti Data keterlibatan publik (suka, komentar, tampilan).

Materi terakhir di sesi ini berkaitan dengan etika dan ide membuat konten. Prinsipnya adalah "berkreasi dengan bebas namun tetap taat aturan", terutama dari pengertian bahwa content creator adalah orang yang bertanggung jawab atas semua media informasi, khususnya media digital. Semua konten yang diproduksi dan dipublikasikan melalui media digital menjadi tanggung jawab para content creator. Oleh karena itu, setiap content creator tunduk pada hak cipta dan saling menghormati karya content creator lain ketika meminjam atau menggunakan kembali konten yang sudah ada. Izin harus diperoleh untuk publikasi ulang di internet. Penting bagi calon pembuat konten untuk memahami hal ini karena kami tidak ingin ketidaktahuan tentang pelanggaran berdampak negatif dan bahkan kemungkinan berakhir dengan penegakan hukum.



Gambar 1. Pelaksanaan sesi pertama pengenalan konten creator kepada pemuda

2. Merencanakan Produksi

Pada sesi ini, peserta akan mendapatkan materi yang mencakup penjelasan perencanaan konten dan dipandu untuk membantu mendapatkan ide membuat konten wisata desa dan UMKM sekitar, serta memilih media digital sebagai target upload, membuat skenario konten menggunakan model perencanaan yang disediakan. rencana produksi dibagi menjadi beberapa tim, kemudian mulai mengembangkan skenario konten yang akan dibuat. Selain mengetahui tentang produksi konten, mereka juga kami ajak untuk praktik langsung produksi konten, dengan topik wisata desa yang sebagai percobaan. Peserta belajar dan mempraktekkan content secara langsung dengan elemen 5W 1H. Kemudian, perihal naskah dan cara menulisnya, kami memberikan waktu kepada peserta untuk berlatih menulis naskah. Sama halnya dengan materi storyboard. Pada materi berikut ini, kami membekali peserta dengan template perencanaan konten untuk membantu peserta membuat jadwal dan rencana konten.

Dimulai dengan mengidentifikasi objek dan kebutuhan saat berencana memproduksi. Melalui perencanaan konten, kami menerima informasi tentang pengamatan para peserta. Informasi ini dianalisis dan digunakan untuk mengembangkan strategi pembuatan konten video yang efektif (Zappin et al., 2021). Selain itu, fase ini mencakup aspek-aspek penting dari perencanaan pembuatan konten video, seperti: menentukan tujuan dan audiens target serta mengembangkan konsep lanjutan, memilih lokasi dan tata letak produksi, serta menggunakan peralatan dan teknologi yang tepat pada setiap tahap, faktor-faktor seperti tujuan komunikasi, pesan yang ingin disampaikan, gaya visual, dan karakteristik audiens dipertimbangkan dengan cermat.

Penerapan strategi perencanaan pembuatan konten video akan diuji dalam konteks pemasaran, pendidikan, dan hiburan. Evaluasi mengukur keberhasilan implementasi strategi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dan dampaknya terhadap publik. Hasil dari sesi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perencanaan pembuatan konten video dan memberikan panduan praktis bagi para content creator. Dengan strategi yang efektif, content creator dapat menghasilkan konten video yang menarik, relevan, dan berdampak positif bagi audiens (Seekis & Kennedy, 2023).

3. Produksi Konten

Memahami persiapan seperti kru, aktor, seni, wardrobe, definisi lokasi, dan fitur serta perlengkapan seperti pencahayaan dan desain SetUp, kamera, mikrofon, dan tripod. serta aplikasi untuk produksi konten video, pengaturan video, fungsi kamera smartphone, editing video, berbicara di depan kamera, dan aspek teknis produksi video. Peserta kemudian diberikan informasi tentang bagaimana persiapan membuat video, seperti Teknik Gerakan Kamera Dolly, Tripod, Truck, Pan, Tilt, Roll.



Gambar 2. Antusias para pemuda dalam mengikuti prakten pembuatan konten

Pada tahap produksi konten (syuting), terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dengan lebih detail, poin-poin penting yang terkait dengan pengambilan video:

- 1) Komposisi Visual: operator kamera bertanggung jawab untuk menciptakan komposisi visual yang menarik dalam setiap adegan yang diambil. Mereka harus memperhatikan elemen-elemen seperti framing, komposisi, dan perspektif. Penggunaan aturan-aturan seperti *"rule of thirds"* atau *"leading lines"* dapat membantu menciptakan komposisi yang seimbang dan menarik.
- 2) Pencahayaan: operator cahaya mengatur pencahayaan yang sesuai dengan mood atau nuansa yang ingin ditampilkan dalam video. Mereka akan menggunakan peralatan seperti lampu studio atau reflektor untuk menciptakan pencahayaan yang tepat, menghilangkan bayangan yang tidak diinginkan, dan memberikan kedalaman pada gambar.
- 3) Fokus: Memastikan bahwa subjek atau objek dalam frame tetap dalam fokus yang jelas sangat penting. Juru kamera akan menggunakan teknik seperti autofocus atau manual focus untuk mendapatkan fokus yang tepat pada subjek yang diinginkan. Pemilihan fokus yang tepat akan memberikan tampilan yang profesional dan menghindari gambar yang buram atau kabur.
- 4) Gerakan Kamera: Penggunaan gerakan kamera yang tepat dapat menambah dimensi dan dinamika pada video. Juru kamera dapat menggunakan teknik seperti *pan*, *tilt*, *zoom in* atau *zoom out*, atau pergerakan kamera yang lebih kompleks seperti *tracking* atau *crane shoot*. Gerakan kamera yang disesuaikan dengan konten dan tujuan video dapat meningkatkan keindahan visual dan memberikan pengalaman yang lebih menarik bagi penonton.
- 5) Kualitas Audio: Suara yang jelas dan berkualitas penting untuk mendukung pengalaman menonton video. Penggunaan mikrofon yang sesuai dan penempatan yang strategis akan membantu mengurangi gangguan suara latar atau kebisingan yang tidak diinginkan. Jika ada dialog atau narasi dalam video, pastikan audio direkam dengan baik dan jelas.

Selama proses pengambilan video, komunikasi yang efektif antara kru produksi sangat penting. operator kamera, operator cahaya, dan asisten produksi harus berkoordinasi untuk memastikan bahwa semua aspek teknis dan kreatif terpenuhi dengan baik sesuai dengan tujuan produksi konten video.



Gambar 3. Materi sesi praktek pembuatan konten

4. Evaluasi

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pemuda desa Mojodelik dalam menciptakan konten digital yang menarik dan bermutu. Evaluasi program ini penting untuk mengevaluasi keberhasilan program, mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, dan mengukur dampak yang dihasilkan. Berikut adalah beberapa poin evaluasi yang digunakan untuk program pengabdian masyarakat:

Tabel 3. Hasil Evaluasi Program

No	Pernyataan	Baik	Cukup	Kurang
1.	Apakah tujuan tersebut tercapai dengan baik?	20	2	1
2.	Bagaimana kualitas materi dan pengajaran	20	3	-
3.	Apakah materi yang disampaikan relevan dengan kebutuhan dan minat peserta?	18	5	-
4.	Bagaimana kualitas pengajaran yang diberikan oleh fasilitator? Apakah metode pembelajaran yang digunakan efektif?	23	-	-
5.	Apakah anda dapat mengembangkan keterampilan dalam menciptakan konten kreatif? Misalnya, apakah anda mampu menghasilkan konten yang menarik dan bermutu setelah mengikuti program?	22	1	-
6.	Apakah peserta memperoleh pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang strategi pemasaran konten atau penggunaan alat dan teknologi yang relevan?	23	0	-
7.	Apakah program ini memberikan manfaat yang signifikan bagi diri anda dan masyarakat ? Misalnya, apakah anda dapat memanfaatkan keterampilan yang mereka peroleh untuk tujuan pribadi atau profesional?	22	1	-

Evaluasi program pengabdian masyarakat juga melibatkan pengumpulan data, seperti survei peserta, wawancara, atau observasi langsung untuk memperoleh informasi yang lebih rinci. Hasil evaluasi ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi keberhasilan program, memperbaiki kelemahan, dan membuat perubahan yang diperlukan untuk program pengabdian masyarakat berikutnya dengan tema konten kreatif

KESIMPULAN

Empat aspek penting dalam pembuatan konten yang di lakukan oleh para pemuda yang terdapat pada PKM ini yaitu :

- 1) Membangun Mindset Content Creator: Membangun mindset content creator yang kuat dan positif adalah langkah pertama yang penting. Seorang content creator perlu memiliki sikap dan pola pikir yang kreatif, inovatif, dan terbuka terhadap ide-ide baru. Mereka juga harus berkomitmen untuk terus belajar dan mengembangkan keterampilan mereka dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan. Beberapa strategi digunakan untuk membangun mindset content creator yang kuat termasuk observasi yang ada disekitarnya,

mencari inspirasi dari konten-konten sukses, dan mengembangkan kebiasaan produktif dalam menciptakan konten secara konsisten.

- 2) Merencanakan Produksi Konten: Tahap selanjutnya adalah merencanakan produksi konten. Merencanakan konten yang akan diproduksi adalah kunci untuk mencapai hasil yang baik. Hal ini melibatkan mengidentifikasi tujuan konten, menentukan target audiens, melakukan riset kata kunci dan tren terkini, serta mengembangkan rencana konten yang terstruktur seperti yang sudah di sampaikan, peserta dapat dengan mudah menggunakan template yang di berikan untuk menyusun rencana produksi. Dalam merencanakan produksi konten, penting untuk mempertimbangkan format konten yang paling sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dan audiens yang dituju. Selain itu, perencanaan juga melibatkan pengaturan jadwal produksi, alokasi sumber daya, dan pengembangan strategi distribusi konten.
- 3) Proses Produksi Konten: Setelah merencanakan produksi konten, tahap berikutnya adalah proses produksi itu sendiri. Pada tahap ini merupakan hal yang paling penting, content creator akan mulai membuat dan menghasilkan konten yang telah direncanakan sebelumnya. Proses produksi konten dapat melibatkan kegiatan seperti merekam video atau audio, mengedit, mendesain, dan mengoptimalkan konten untuk platform yang dituju. Dalam tahap ini, penting untuk menjaga konsistensi dan kualitas konten, serta mengikuti panduan yang telah ditentukan dalam konsistensi produksi. Proses produksi konten juga dapat melibatkan kolaborasi dengan tim lain, seperti penulis, fotografer, atau editor video bahkan dengan conten creator lainnya.
- 4) Evaluasi Program Konten: Tahap terakhir adalah evaluasi program konten. Setelah konten diproduksi dan dipublikasikan, penting untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja konten tersebut. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana konten mencapai tujuan yang ditetapkan, sejauh mana konten efektif dalam menarik audiens.

Dari gambaran umum di atas dapat disimpulkan bahwa optimalisasi keterampilan konten video para pemuda Desa Mojodelik berjalan sesuai rencana. Para peserta sangat antusias dan mengikuti pembelajaran dengan baik. Berbagai ide dan imajinasi kreatif muncul dari para peserta yang tercermin dari tugas yang mereka kerjakan. Secara keseluruhan, kegiatan ini berjalan lancar dan para peserta sangat antusias mengikuti pembelajaran hingga hari terakhir

Kendala yang dialami dalam PKM ini meliputi minimnya ketersediaan alat untuk praktek dalam proses produksi konten, untuk itu kami menyarankan untuk berkolaborasi dengan komunitas videografer dan youtuber dalam pelaksanaan kegiatan yang serupa. .

DAFTAR PUSTAKA

- Hastuti, H., Tamsir, I., Vindi, W. O., & Leni, L. (2022). Peningkatan Peran Perempuan Dalam Upaya Mendorong Kemandirian Ekonomi Keluarga Melalui Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 2(1), 10–16. <https://doi.org/10.51214/japamul.v2i1.205>
- Kussanti, D. P., Dyah Mustika Wardhani, Rohani Lestari Napitupulu, & Atun Yulianto. (2022). Sosialisasi Content Creator Pemula Bagi Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara Sebagai Pendorong Industri Kreatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, 1(2), 161–172. <https://doi.org/10.55927/jpmf.v1i2.497>
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>
- 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>

- Pavlova, M. (2009). *Technology and Vocational Education for Sustainable Development : Empowering Individuals for the Future*.
- Riesta Ayu Oktarina, Kristiyono, J., Sari, R. P., & Suprihatin. (2023). Pendampingan Talenta Digital Kreatif dengan Keterampilan Video Content Creator Kota Palembang. *Prapanca : Jurnal Abdimas*, 3(1), 17–26. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v3i1.430>
- Roberts, E., & Townsend, L. (2016). The Contribution of the Creative Economy to the Resilience of Rural Communities: Exploring Cultural and Digital Capital. *Sociologia Ruralis*, 56(2), 197–219. <https://doi.org/10.1111/soru.12075>
- Seekis, V., & Kennedy, R. (2023). The impact of #beauty and #self-compassion tiktok videos on young women's appearance shame and anxiety, self-compassion, mood, and comparison processes. *Body Image*, 45, 117–125. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.02.006>
- Wijoyo, H. S. H., & Anitasari, H. (2021). Pemetaan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 4(2), 125–142. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v4i2.3205>
- Zappin, A., Malik, H., Shakshuki, E. M., & Dampier, D. A. (2021). YouTube Monetization and Censorship by Proxy: A Machine Learning Prospective. *Procedia Computer Science*, 198(2021), 23–32. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.207>