

Research Article

Pelatihan Pengembangan Kemampuan Membuat Konten Kreatif Digital Bagi Penyelenggara Yayasan Al Muhajir Bandung Raya

Training on the Development of Digital Creative Content Creation Skills for the Organizers of the Al Muhajir Foundation Bandung Raya

Amalia Djuwita, Tita Melia Milyane*, Tatto Sutanto

Universitas Telkom, Bandung, Indonesia

**Coresponding Author:*

titameliamilyane@telkomuniversity.ac.id

Submission November 2023, Revised November 2023, Accepted December 2023

ABSTRAK

Dalam era teknologi digital saat ini, masyarakat melakukan interaksi sosial dan menggali informasi dengan berbasis pada jaringan internet. Perubahan gaya hidup masyarakat tersebut, jika tidak disertai dengan ilmu pengetahuan tentang bagaimana cara penggunaan media digital secara benar dan tepat serta tidak melanggar etika yang berlaku di masyarakat dan bagaimana menciptakan konten yang kreatif yang memiliki daya tarik dan memberi dampak positif maka penggunaan media digital tidak akan efektif. Kegiatan pengabdian Masyarakat ini ditujukan kepada Yayasan Al Muhajir Bandung Raya, sebagai sebuah lembaga kemasyarakatan berbadan hukum yang bergerak pada bidang sosial, pendidikan dan keagamaan yang saat ini sedang memiliki hambatan dalam operasionalnya. Salah satu hambatan dari penyelenggaraan Yayasan tersebut adalah tidak dimilikinya sumber daya yang mumpuni yang dapat mengelola media digital secara baik dan tepat. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan pengelola media digital di mitra sasaran agar terampil membuat konten kreatif di media Instagramnya. Metode yang digunakan adalah metode pendampingan dan pelatihan membuat konten kreatif selama 1 hari. Hasil dari kegiatan ini adalah bertambahnya keterampilan peserta mitra sasaran dalam membuat konten digital yang menarik dan kreatif.

Kata Kunci: Al Muhajir, Konten Kreatif Digital, Pelatihan

ABSTRACT

Activities carried out by housewives in Sungai Kakap village include cultivating their yards by In the current era of digital technology, people carry out social interactions and seek information based on the internet network. This change in people's lifestyles, if it is not accompanied by knowledge about how to use digital media correctly and appropriately and does not violate the ethics that apply in society and how to create creative content that has appeal and has a positive impact, then the use of digital media will not effective. This community service activity is aimed at the Al Muhajir Foundation Bandung Raya, as a legal entity community institution engaged in the social, educational and religious fields which currently has obstacles in its operations. One of the obstacles to the implementation of the Foundation is the lack of qualified resources that can manage digital media properly and appropriately. The purpose of this activity is to improve the skills of digital media managers in target partners so that they are

How to cite:

Djuwita, A, Milyane, T. M, & Sutanto, T. (2023). Pelatihan Pengembangan Kemampuan Membuat Konten Kreatif Digital Bagi Penyelenggara Yayasan Al Muhajir Bandung Raya. *Berdikari: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 6 (1): 42 – 46. doi:10.11594/bjpmi.06.01.5

skilled in creating creative content on their Instagram media. The method used is a mentoring and training method to create creative content for 1 day. The result of this activity is the increase in the skills of target partner participants in creating interesting and creative digital content.

Keywords: Al Muhajir, Creative Content Digital, Training

Pendahuluan

Yayasan Al Muhajir Bandung Raya, adalah lembaga kemasyarakatan berbadan hukum yang bergerak pada bidang sosial, pendidikan dan keagamaan. Yayasan ini didirikan oleh para anggota masyarakat di daerah RW 02 Kelurahan Sekejati, Kecamatan Buahbatu Kota Bandung. Awal pendirian Yayasan semula adalah untuk mendukung keberadaan sebuah Mesjid Jami Al Muhajir yang terletak di daerah tersebut. Akan tetapi pada perjalanan berikutnya, Yayasan mengembangkan usaha kegiatan pendidikan bagi anak-anak yaitu Taman Kanak Kanak Islam Al Muhajir. Ternyata keberadaan sekolah tersebut telah menarik perhatian para orang tua calon siswa, karena kondisi sekolah dari tahun ke tahun berkembang dengan pesat. Jumlah peserta didik eskalasinya mengalami kenaikan, hal itu disebabkan lokasinya yang sangat strategis berada di Jl. Taman Jupiter yang merupakan jalur utama Perumahan Margahayu Raya Barat, Bandung serta dukungan fasilitas sarana dan prasarana yang dimiliki sehingga bisa meningkatkan kualitas pelayanan serta kontens pendidikan yang bernuansa religius Keislaman yang akan memberikan dasar pendidikan bagi anak-anak usia dini. Kondisi seperti itulah yang menyebabkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan Al Muhajir dapat dipertahankan dan mengalami peningkatan. Hal lainnya yang menjadi daya dukung utama terhadap keberadaan sekolah tersebut yaitu dari aspek sumber daya manusia.

Pada Sekolah Taman kanak-kanak Al Muhajir semula dilakukan rekrutman tenaga pengajar sukarela yang dipimpin oleh seorang Kepala Sekolah yang diperbantukan dari Dinas Pendidikan Kota Bandung. Para relawan pengajar pada saat itu hanya

mendapatkan honorium sekadarnya, tapi seiring dengan pertumbuhan sekolah yang semakin pesat dan profesionalisme kepala sekolah secara bertahap upah honorarium mengalami peningkatan dan nilai besarnya sekarang tidak kalah jika dibandingkan dengan besaran honorarium yang diberikan oleh lembaga pendidikan yang setara. Terlebih lagi pihak Yayasan Al Muhajir Bandung Raya telah mendorong para pengajar pada sekolah tersebut untuk mengembangkan wawasan dan kemampuannya, melalui kegiatan studi banding, kegiatan pelatihan dan kegiatan menempuh pendidikan sesuai dengan profesi kependidikan sehingga saat ini para staf pengajar rata-rata memiliki jenjang pendidikan S1 Kependidikan bahkan sebagian diantara mereka sudah mendapatkan sertifikasi pengajar. Usaha berikutnya dari Yayasan Al Muhajir Bandung Raya di bidang sosial ialah memberikan pelayanan pemulasaraan jenazah dari mulai memandikan, mensholatkan hingga memakamkan berikut memberikan pelayanan mobil jenazahnya. Di samping itu Yayasan Al Muhajir Bandung Raya telah menyelenggarakan kegiatan Panti Asuhan Amanah. Peserta panti asuhan berasal dari kalangan keluarga pra sejahtera, anak yatim piatu dan mereka yang membutuhkan bantuan akibat keadaan minimal yang dimilikinya. Bidang garapan lainnya yang dilakukan Yayasan adalah membuka usaha pertokoan akan tetapi mengalami sejumlah hambatan, diantaranya masalah permodalan, efektivitas transaksi penjualan, persaingan dengan pertokoan moder seperti halnya Borma, Indomart dan Alfamart. Sehingga usaha tersebut agak tersendat.

Permasalahan yang dihadapi oleh Yayasan Al Muhajir Bandung Raya yang meliputi anggota pengurus, tenaga pengajar,

pengelola panti, pengelola usaha niaga maupun peserta panti adalah pada aspek adaptasi pengembangan media digital. Pengelolaan media sosial dengan mengoptimalkan konten yang menarik dan kreatif di Era Digital sangatlah penting (Maret, 2024). Konten di media digital akan menarik perhatian masyarakat dan memudahkan akses informasi. Konten di media digital sangat penting untuk dipahami oleh pembaca media. Jika konten di media digital bagus, mudah dibaca, indah, menarik, akan lebih baik untuk mendapatkan pemahaman pembaca (Kanabsak et al., 2023). Di mitra sasar, hal ini sulit terwujud karena tidak memiliki tenaga profesional yang memiliki keahlian dalam penyajian konten kreatif pada media digital. Untuk itu, pelatihan ini dibuat dengan tujuan agar mitra sasar mampu menciptakan konten media yang menarik dan relevan dengan khalayaknya serta agar dapat menciptakan identitas digital.

METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan metode dengan membagi 2 (dua) tahap kegiatan yang dilaksanakan selama 1(satu) hari, yaitu:

1. Pembelajaran Teori mengenai Membuat Konten Kreatif Digital (Tahap -1)
Para dosen Program Studi S1 Hubungan Masyarakat Fakultas Komunikasi Bisnis yang memiliki Expertise di Bidang Pembuatan Konten Kreatif , baik dalam segi penguasaan Teori maupun skill pada Praktek Pembuatan Konten Kreatif dilibatkan guna memberikan pencerahan bagi para masyarakat sasar dengan melakukan penyesuaian dengan kebutuhan dari pihak mitra yaitu Pengurus Yayasan Al Muhajir Bandung Raya, Staf Pengajar Sekolah Taman Kanak Kanak Al Muhajir ,Pengelola dan Peserta Panti Asuhan di Jl.Taman Jupiter Margahayu Raya Barat Kota Bandung. Saat ini, media digital yang dimiliki oleh Masyarakat sasar adalah Instagram.

2. Praktek Membuat Konten Kreatif (Tahap-2)

Pada tahap kegiatan praktek ini, mitra sasar berlatih secara individual membuat konten digital dengan menggunakan canva dan hasilnya di posting di Instagram mitra sasar. Tema dari konten yang dibuat adalah membuat caption unik pada photo yang di uplod, dimana photo diambil oleh handphone peserta saat kegiatan berlangsung. Peserta dengan hasil paling baik, diberikan apresiasi berupa pemberian tanda kasih dari team abdimas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi dan Praktek Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif Digital

Kegiatan pengabdian masyarakat di Yayasan Al-Muhajir Bandung Raya pada Kamis (16/11/2023) dengan mengusung tema pengembangan kemampuan membuat konten kreatif digital untuk dapat menghidupkan kembali aset digital (*website* dan media sosial) yang dimiliki oleh Yayasan Al-Muhajir. Sasaran dari program ini adalah siswa dan siswi serta pengurus Yayasan Al Muhajir Bandung raya yang berjumlah 30 orang. Sebelum pelaksanaan pengabdian, tim berkoordinasi dengan pihak-pihak terkait tentang tempat dan waktu pelaksanaan. Program pengabdian masyarakat dimulai dengan pendaftaran peserta, kemudian dilanjutkan sosialisasi (pemberian materi mengenai konten kreatif digital) dan pelatihan (praktek) dari tim pengabdian masyarakat. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan dari tim dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Sosialisasi dan Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif Digital

Kegiatan ini dilaksanakan mulai pukul 09.45 hingga pukul 12.00. Acara dimulai dengan pembukaan oleh Ketua Pelaksana Dr. Amalia Djuwita Dra.,M.M, lalu sambutan dari Ketua Prodi Digital PR, Dr. Tita Melia Milyane S.Sos.,M.M.Pd dan sambutan dari Ketua Yayasan, Dr. Drs. H. Abas Basari M.S.i. Selanjutnya pemberian materi mengenai Pelatihan Pengembangan Kemampuan Membuat Konten Kreatif Digital, yang diisi oleh Dama Satriand M.I.Kom. Acara ini dihadiri oleh beberapa Dosen dari Telkom University, Dr. Tatto Sutamto, S.Sos. M.Si.

Pengembangan pembuatan konten kreatif digital merupakan cara efektif untuk dapat menghidupkan kembali serta memajukan aset digital. Dalam pelatihan ini, pemateri menjelaskan mengenai konten kreatif secara teoritis yang kemudian dilanjutkan dengan praktik pembuatan konten kreatif secara langsung. Dalam paparan materi dijelaskan bahwa ciri khas dari new media adalah penyediaan konten dengan berbagai jenis, baik teks, foto, video, bersifat informatif, interaktif sehingga dapat menghasilkan ruang-ruang interaksi, forum untuk sesama pengguna media tersebut. Sedangkan konten digital adalah kumpulan materi, informasi, dan media yang dibuat dan didistribusikan secara digital sehingga merek atau barang dapat dipromosikan dengan maksimal. Di Yayasan Al Muhajir, konten digital lebih difokuskan pada pemasaran kegiatan Yayasan dari mulai penyelenggaraan taman kanak-kanak, sampai panti asuhan. Seperti

yang dikemukakan dalam penelitian Mega Mutia dkk, bahwa dengan adanya konten digital maka kita dapat mengetahui karakteristik membuat konten, pemilihan media untuk menyalurkan konten, dan adaptasi content creator di era digital dalam membangun hubungan virtual dengan audience (Maeskina & Hidayat, n.d.). Selain itu, motif konsumsi pemasaran konten digital media sosial memberikan efek diferensial yang signifikan pada hasil pemasaran relasional dan moneter dalam konteks produk pencarian dan pengalaman sekaligus menunjukkan mekanisme di mana motif konsumsi pemasaran konten digital media sosial mengarah pada kontribusi perilaku keterlibatan media social (Izogo & Mpinganjira, 2024). Tujuan dari konten digital sendiri adalah untuk menciptakan positioning Lembaga, meningkatkan Tingkat engagement khalayak sasaran dan sebagai media promosi.

Hal ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh bahwa Strategi pemasaran konten digital Mojok.co pada akun media sosial Instagram terdiri dari beberapa langkah: 1) Menetapkan Tujuan dengan meningkatkan kesadaran merek Mojok.co, 2) Pemetaan Target Pasar, yaitu remaja berusia 18 hingga 24 tahun atau di masa aktualisasi diri, 3) Pengagasan dan Perencanaan Konten, yang dilakukan dalam dua format konten utama, yaitu konten orisinal dan konten turunan, 4) Penciptaan Konten dilakukan setiap minggu oleh tim media sosial Mojok.co (Ainun et al., 2020).

Dalam praktiknya, seluruh peserta diarahkan untuk membuat salah satu konten dalam bentuk video kreatif yang dilakukan dengan merekam situasi pada saat itu. Karena untuk mempromosikan dan mempublikasikan kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Yayasan, saat ini cara yang paling strategis adalah melalui video kreatif. Melalui video kreatif ini dapat menjangkau para masyarakat untuk melakukan kepedulian melalui berbagai *platform media social*, dengan gaya video dan editan yang menarik serta informatif dapat meningkatkan *value* Yayasan Al-Muhajir yang kemudian akan berdampak pada pengembangan dan eksistensi Yayasan.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan aset digital Yayasan Al-Muhajir. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat membantu pengurus dan anggota Yayasan untuk memperbaiki sekaligus memajukan aset digital dengan melalui konten-konten kreatif yang memiliki kualitas dan daya tarik visual dari informasi yang akan di sampaikan melalui media digital. Salah satu manfaat dari pembuatan konten kreatif digital ini dapat akan dapat meningkatkan trend promosi untuk dapat menjangkau audiens secara luas dan memberikan informasi dengan cara yang menarik dan tidak monoton. Pada saat pembelajaran pun banyak para peserta yang antusias dalam mempraktikkan pembuatan video kreatif, dengan cara membuat video satu sama lainnya. Kegiatan berjalan lancar sampai akhir kegiatan yang selanjutnya ditutup dengan foto dan makan siang bersama dengan seluruh hadirin.

Pelatihan ini sangat diapresiasi oleh peserta dimana dilihat dari antusias dan keaktifannya peserta dalam bertanya dan mengikuti pelatihan ini.

KESIMPULAN

Kegiatan pengaduan masyarakat terlaksana sesuai dengan rencana. Peserta meningkat pengetahuan dan keterampilannya dalam membuat konten kreatif di media Instagram dalam bentuk video kreatif. Pengetahuan dan kemampuan seluruh peserta mengenai konten kreatif digital semakin bertambah. Siswa dan siswi serta pengurus Yayasan Al Muhajir Bandung Raya termotivasi untuk mengembangkan kemampuan membuat konten kreatif digital yang lebih menarik dan bermanfaat bagi lembaganya.

Referensi

1. Ainun, D., Hastasari, C., Jalan, A., Yogyakarta, C., Malang, K., Sleman, K., & Yogyakarta, D. I. (2020). *Strategi Digital Content Marketing pada Akun Media Sosial Instagram Mojok . co dalam Mempertahankan Brand Engagement Digital Content Marketing on the Social Media Instagram Account of Mojok . co in Maintaining Brand Engagement*. Program Studi Komunikasi , Fakultas Ilmu Sosial , Universitas Negeri Yogyakarta
2. Izogo, E. E., & Mpinganjira, M. (2024). Digital content marketing consumption motives in the age of social media: an investigation of relational and monetary outcomes. *Aslib Journal of Information Management*, 76(2), 353–378. <https://doi.org/10.1108/AJIM-07-2022-0347>
3. Kanabsak, R., Phatchuay, S., Tantisattayanon, N., & Pornpongtechavanich, P. (2023). *Digital Content System Development with a Reality Program Format to Enhance Learning Achievements in Digital Media Technology*. 13(10), 1526–1533. <https://doi.org/10.18178/ijiet.2023.13.10.1958>
4. Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (n.d.). *Adaptasi Kerja Content Creator Di Era Digital Content creator Work Adaptation in the Digital Age Pada era digitalisasi ini kecakapan pengguna dalam memanfaatkan media digital merupakan keseluruhan gaya hidup dan media creator*.
5. Maret, N. (2024). *Optimalisasi Konten di Media Sosial Untuk Meningkatkan Kreativitas Usaha di Era Digital Sebagai Katalisator Pemasaran pada Koperasi UMKM Kemang Berdaya*. 4(1), 57–60.