

LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI
***THE LEARNING FARM* DI CIANJUR**

Disusun oleh:

Ketua Tim

Rezi Erdiansyah Drs., M.S., Dr.

Anggota Mahasiswa

Zorry Stefhan, 915210122

Danessa Valerie Hertanto, 915210125

Hendrik, 915210158

Shereen Amelia, 915210164

Daniel Gabriel Wiraguna, 915210177

PRODI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA

JAKARTA

OKTOBER 2023

Halaman Pengesahan
Laporan Pengabdian kepada Masyarakat

1. Judul PKM : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL
SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI THE LEARNING FARM DI CIANJUR
2. Nama Mitra PKM : *The Learning Farm*
3. Ketua Tim Pelaksana
 - A. Nama dan Gelar : Rezi Erdiansyah Drs., M.S., Dr.
 - B. NIDN/NIDK : 0301056202
 - C. Jabatan/Gol. : Dosen Pengampu Mata Kuliah
 - D. Program Studi : Ilmu Komunikasi
 - E. Fakultas : Ilmu Komunikasi
 - F. Bidang Keahlian : Komunikasi
 - G. Alamat Kantor : Jl. Letjen S. Parman No. 1, RT.6/RW.16,
Tomang, Grogol Petamburan, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta, 11440, Indonesia
 - H. Nomor HP/Tlp : 0812-4222-6691
4. Anggota Tim PKM
 - A. Jumlah Mahasiswa : 5 orang
 - B. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Zorry Stefhan, 915210122
 - C. Nama & NIM Mahasiswa 2 : Danessa Valerie Hertanto, 915210125
 - D. Nama & NIM Mahasiswa 3 : Hendrik, 915210158
 - E. Nama & NIM Mahasiswa 4 : Shereen Amelia, 915210164
 - F. Nama & NIM Mahasiswa 5 : Daniel Gabriel Wiraguna, 915210177
5. Lokasi Kegiatan Mitra : Kp Rawabenceuh, Rt 04/RW 09, Desa
Kawangluwuk, Sukaresmi, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat 43254
 - A. Wilayah Mitra : Kawangluwuk, Sukaresmi
 - B. Kabupaten/Kota : Cianjur
 - C. Provinsi : Jawa Barat
6. Metode Pelaksanaan : Luring
7. Luaran yang dihasilkan : -
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Agustus-Oktober 2023
9. Pendanaan
 - Biaya yang disetujui : -

Menyetujui,
Ketua LPPM



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE.
NIK:10381047

Jakarta, 10 Oktober 2023

Ketua Pelaksana

A handwritten signature in blue ink, consisting of several fluid, connected strokes.

Dr. Rezi Erdiansyah, M.S.
NIDN : 0301056202

RINGKASAN

Pengabdian Masyarakat yang dilakukan bertujuan untuk mempromosikan yayasan *The Learning Farm* melalui pemanfaatan media sosial berupa Instagram serta memberikan penyuluhan mengenai pentingnya pembuatan konten kepada para pelajar di era digital ini. Promosi melalui media sosial tentunya dapat menarik perhatian kalangan luas dengan target internasional yang mampu meningkatkan citra *The Learning Farm* itu sendiri. Kegiatan ini dilakukan untuk membantu sebuah *Non-Governmental Organization* (NGO) yang bernama *The Learning Farm* yang terletak di Kawungluwuk, Sukaresmi, Cianjur. Terdapat 35 pelajar dari seluruh Indonesia yang berkemauan untuk menimba ilmu secara bebas biaya. Selain itu, terdapat 13 *staff* yang bertugas sebagai pengurus disana. *The Learning Farm* berusaha untuk memenuhi segala kebutuhan para anak didiknya dengan fasilitas yang tersedia. Survei yang dilakukan oleh tim PKM menunjukkan kebutuhan yang diperlukan oleh mitra. Kebutuhan tersebut termasuk kurangnya promosi melalui media sosial dan kesadaran akan krusialnya pembuatan konten di jaman sekarang, yang merupakan bagian penting dan perlu dilatih secepat mungkin sehingga dapat terbentuk menjadi manusia yang lengkap dan kaya akan wawasannya. Kegiatan ini sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat dan membangun serta menanamkan pemahaman maupun nilai-nilai penting kepada individu sehingga menjadi pribadi yang inovatif dan berisi. Pengabdian masyarakat ini dibagi ke dalam 3 (tiga) tahap, yaitu tahap persiapan berupa survei lokasi, perancangan proposal, konsep konten guna untuk promosi di media sosial dan pembuatan materi untuk penyuluhan, tahap pelaksanaan berupa dokumentasi gambar maupun video, wawancara dengan pelajar dan pengurus yang bermanfaat untuk pembuatan konten, sesi pemberian materi dan sesi foto bersama orang-orang yang terdapat disana, serta tahap akhir merupakan penyusunan dan penyampaian laporan akhir kegiatan. Solusi tentang permasalahan mitra dalam Pengabdian Masyarakat ini dilakukan dengan membuat konten pada media sosial mereka terutama Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan perhatian serta citra dan pemberian materi untuk mengembangkan kesadaran para pelajar mengenai pembuatan konten. Rencana luaran yang dihasilkan dari pengabdian masyarakat ini berupa publikasi ilmiah pada jurnal ber-ISSN dan publikasi di media massa.

Kata kunci: Promosi, Media Sosial, Pembuatan Konten

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan kepada kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga pelaksanaan pengabdian masyarakat kami dapat terlaksana dengan baik, lancar, dan atas terselesaikannya laporan akhir kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi *The Learning Farm* di Cianjur. Laporan akhir PKM ini disusun sebagai pertanggungjawaban secara tertulis sebagai syarat tugas mata kuliah Pengabdian Bidang Komunikasi fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara 2023. Kegiatan ABDIMAS ini terselenggara atas kerja keras semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil. Kami mengucapkan banyak terima kasih, khususnya kepada:

- a. Yayasan Tarumanagara, baik Pimpinan (Pembina, Pengawas dan Pengurus) yang mendukung kegiatan pengabdian masyarakat di UNTAR
- b. Rektor Universitas Tarumanagara Prof. Dr. Ir. Agustinus Purna Irawan, M.T., M.M., I.P.U., ASEAN Eng.
- c. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Riris Loisa Dra., M.Si., Dr. beserta Wadek
- d. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Sinta Paramita, S.I.P., M.A.
- e. Dosen Pengampu mata kuliah Pengabdian Bidang Komunikasi Rezi Erdiansyah, Drs., M.S., Dr.
- f. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara
- g. *Executive Director The Learning Farm* Eddy Supardi
- h. *PR & External Relation The Learning Farm* Rathy
- i. Pelajar *The Learning Farm*
- j. Terwujudnya kegiatan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi *The Learning Farm* di Cianjur

Semoga laporan akhir ini dapat memberikan gambaran tentang kegiatan Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi *The Learning Farm* di Cianjur FIKOM UNTAR. Mohon maaf atas segala kekurangan yang terjadi. Atas perhatian dan kerjasama semua pihak, kami ucapkan terima kasih.

Jakarta, 10 Oktober 2023

Panitia

Daftar Isi

Halaman Sampul.....	0
Halaman Pengesahan.....	1
Ringkasan.....	3
Prakata.....	4
Daftar Isi.....	5
BAB I PENDAHULUAN.....	6
1.1 Analisis Situasi.....	6
1.2 Masalah Mitra.....	7
1.3 Solusi.....	8
BAB II PELAKSANAAN.....	9
2.1 Deskripsi Kegiatan.....	9
2.2 Metode Pelaksanaan.....	10
2.3 Luaran.....	11
BAB III KESIMPULAN.....	12
3.1 Kesimpulan.....	12
3.2 Saran.....	12
Daftar Pustaka.....	14
Lampiran.....	15
Foto Kegiatan.....	15
Jarak.....	18
Persetujuan atau Pernyataan Mitra.....	19
Materi Paparan (PPT).....	20
Rundown Acara.....	32

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, media sosial telah menjadi kekuatan yang mampu mengubah cara manusia berinteraksi dan mendapatkan informasi. Dalam konteks pendidikan dan keberlanjutan komunitas, media sosial tidak hanya sekadar platform untuk berbagi foto dan status, tetapi juga merupakan alat yang sangat potensial untuk memperluas jangkauan, meningkatkan kesadaran, dan memperkuat koneksi dengan masyarakat. Organisasi non-profit seperti *The Learning Farm* (TLF) Cianjur memiliki tanggung jawab yang semakin besar dalam memanfaatkan kekuatan media sosial untuk mencapai misi mereka.

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang sangat efektif untuk mencapai khalayak luas. Dengan pertumbuhan pengguna media sosial yang terus meningkat, penggunaan platform-platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube telah menjadi sarana penting untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan membangun jejaring dengan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi TLF Cianjur untuk memanfaatkan media sosial dengan bijak guna mendukung misi dan visinya.

Menurut Widada (2018), media sosial adalah platform *online* yang memungkinkan pengguna berkomunikasi dan berinteraksi secara mudah. Pengguna dapat memanfaatkannya untuk memenuhi kebutuhan komunikasi mereka, dan media sosial mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif melalui teknologi web. Fenomena ini tidak terbatas hanya pada negara-negara maju, tetapi juga terjadi di negara berkembang seperti Indonesia. Faidah Yusuf et al. (2013) menyatakan bahwa media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi, informasi, dan dokumentasi, serta menjadi pengganti media massa konvensional dalam menyebarkan informasi. Selain itu, Indonesia menduduki peringkat kelima di dunia dalam penggunaan akun Twitter. Media sosial juga dapat digunakan dalam bidang usaha, seperti membuka gerai *online*. Widada (2018) menunjukkan bahwa media sosial memudahkan kegiatan dan kerjasama pengguna serta memperkuat hubungan sosial melalui interaksi online. Sukrillah et al. (2017) mengartikan media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi tatap muka antar individu dan berbagi informasi secara publik tanpa membedakan individu tertentu.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya pemahaman kita tentang penggunaan media sosial dalam konteks pendidikan dan keberlanjutan komunitas, tetapi juga memberikan kontribusi nyata pada upaya membangun masyarakat yang lebih sadar, berinformasi, dan berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan berkelanjutan. Dalam era di mana informasi adalah kekuatan, memahami cara memanfaatkan media sosial dengan bijak adalah langkah penting menuju perubahan positif yang berkelanjutan.

Salah satu program yang kami lakukan pada langkah pengabdian terhadap masyarakat adalah dengan memberikan pemahaman berupa materi mengenai pentingnya media sosial sebagai sarana media yang dapat dimanfaatkan untuk komunikasi berupa promosi terhadap anak-anak yang berada di TLF Cianjur. Kegiatan ini kami laksanakan guna untuk menanam rasa kesadaran dan mengembangkan potensi setiap siswa dan siswinya sehingga mereka dapat tumbuh menjadi seseorang yang bermutu dan penuh dengan wawasan terhadap hal tersebut. Hal ini juga menjadi bekal bagi masa depan dalam kehidupan masyarakat. Aktivitas seperti dokumentasi kegiatan dan wawancara guna pembuatan konten juga dapat dijadikan contoh bagi siswanya agar mengetahui lebih akan perancangan sebuah konten secara teknis sehingga mereka diharapkan dapat menerapkan teknik tersebut sendiri. Hal ini tentunya dapat memicu rasa semangat setiap siswanya agar lebih giat untuk membuat konten di media sosial dan secara tidak langsung melatih imajinasi yang berada di dalam dirinya. Selain itu, hal ini juga dapat menguatkan pendidikan karakter kepada anak-anak dengan mengembangkan minat, bakat dan potensi dalam bidang kesenian. Kreativitasnya pun menjadi faktor yang dapat ditingkatkan dan dilatih sehingga kegiatan ini pastinya akan sangat bermanfaat bagi mereka baik sekarang maupun nantinya.

1.2 Masalah Mitra

TLF mendidik anak berusia 17 hingga 24 tahun yang berasal dari seluruh penjuru di Indonesia. Pelajar yang berkemauan untuk menimba ilmu sama sekali tidak dikenakan biaya dalam setiap pembelajarannya. Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh TLF adalah kurangnya komunikasi berupa promosi melalui media sosial yang ditargetkan pada audiens internasional. Meskipun organisasi ini telah membangun kehadiran mereka di platform media sosial, upaya untuk mencapai audiens global belum sepenuhnya dioptimalkan. Pemahaman yang mendalam tentang pentingnya pembuatan konten yang relevan dan menarik di media sosial juga masih kurang di kalangan pelajar TLF. Kurangnya

kesadaran akan kekuatan pembuatan konten di media sosial dapat mengakibatkan potensi besar terbuang percuma. Konten yang baik di media sosial tidak hanya menciptakan kesadaran, tetapi juga membangun koneksi emosional dengan audiens. Dengan kurangnya pemahaman tentang pentingnya konten yang relevan, pelajar TLF berpotensi kehilangan peluang untuk mempengaruhi audiens internasional, membagikan cerita inspiratif, dan meraih dukungan global untuk inisiatif pendidikan dan keberlanjutan mereka.

1.3 Solusi

- a. Memberikan pemahaman mendalam kepada pelajar tentang pentingnya pembuatan konten di era digital merupakan langkah pertama yang fundamental. Dalam dunia yang semakin terhubung melalui internet dan media sosial, keterampilan dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan adalah salah satu kunci keberhasilan. Melalui pelatihan dan edukasi yang intensif, pelajar dapat memahami potensi dan dampak positif dari konten-konten kreatif di platform digital, membantu mereka tidak hanya mengasah keterampilan teknis, tetapi juga meningkatkan kreativitas dan kritisisme mereka dalam menyampaikan pesan
- b. Inisiatif untuk membuat dan mengelola konten di platform media sosial utama seperti Instagram adalah langkah proaktif yang memiliki potensi besar. Dengan menggali kekayaan cerita dari kegiatan TLF, foto, dan video yang menggugah emosi, organisasi ini tidak hanya membangun kehadiran digital yang kuat, tetapi juga menciptakan narasi yang menginspirasi. Konten ini bukan hanya menciptakan daya tarik bagi pengikut langsung TLF, tetapi juga menarik perhatian pihak eksternal seperti organisasi lain, para ahli, dan donatur potensial. Melalui media sosial, TLF Cianjur memiliki kesempatan untuk menjalin kemitraan yang lebih mendalam dengan berbagai pihak, membuka pintu untuk kolaborasi yang menghasilkan pemikiran baru dan gagasan kreatif.
- c. Menguatkan nilai-nilai pembuatan konten, keterampilan dan juga kreativitas untuk memaksimalkan potensi dan bakat setiap anak melalui kegiatan yang dilakukan.

BAB II

PELAKSANAAN

2.1 Deskripsi Kegiatan

Sebelum hari pelaksanaan berlangsung, tim kami melakukan serangkaian persiapan yang matang dan terorganisir. Langkah pertama melibatkan survei menyeluruh untuk memilih mitra yang sesuai, memastikan bahwa bantuan yang kami tawarkan benar-benar dibutuhkan. Kami kemudian mengadakan pertemuan langsung dengan mitra-mitra kami, mendengarkan cerita dan masalah yang mereka hadapi secara mendalam. Dengan komitmen yang tinggi, kami mengembangkan solusi-solusi yang efektif untuk membantu mereka mengatasi kesulitan tersebut. Selanjutnya, kami merancang konsep-konsep konten yang mendalam dan bermakna, dan konsep ini kemudian dikonfirmasi dengan pihak mitra untuk memastikan keselarasan visi. Kami juga merinci setiap aspek kegiatan dan menyiapkan perlengkapan dengan cermat, memastikan segala sesuatunya siap digunakan dengan sempurna saat hari acara tiba.

Pada hari pelaksanaan, tim kami langsung terjun ke lapangan dan memulai dengan mengabadikan setiap momen melalui dokumentasi foto dan video, menciptakan bahan konten yang autentik dan menginspirasi. Kami melakukan wawancara dengan dua anggota dari *The Learning Farm* (TLF) untuk mendapatkan sudut pandang yang berharga, yang kemudian menjadi nilai tambahan dalam konten yang kami buat. Selain itu, kami berbagi pengetahuan tentang pembuatan konten kepada pelajar TLF dengan semangat, menjelaskan manfaatnya dengan antusias yang tinggi. Kami juga menghadirkan tantangan yang membangun bagi mereka, membagi mereka menjadi enam kelompok dan memberikan instruksi untuk menciptakan konten seputar TLF. Acara kami tutup dengan sesi foto bersama, dan sebagai ungkapan terima kasih atas kerjasama mereka, kami memberikan oleh-oleh berupa biskuit kepada TLF sebagai tanda penghargaan.

Setelah hari pelaksanaan berakhir, tugas kami belum selesai. Dengan tekun, kami memproduksi konten-konten yang telah direncanakan sebelumnya. Setelah konten-konten tersebut selesai dibuat, kami kembali berkoordinasi dengan pihak TLF untuk memastikan bahwa karya kami layak untuk dipublikasikan. Setelah mendapatkan konfirmasi, kami langsung mengunggah konten-konten tersebut ke akun Instagram mereka, menyebarkan pesan positif dan inspiratif kepada para audiens. Keseluruhan proses ini adalah bukti nyata dari kolaborasi yang mendalam dan berarti antara tim kami dengan TLF, membuktikan

bahwa ketika kerjasama dilakukan dengan penuh dedikasi, hasilnya sungguh memukau dan mampu membawa perubahan yang positif.

2.2 Metode Pelaksanaan

Dalam melaksanakan strategi konten untuk media sosial Instagram TLF, kami menerapkan metode pelaksanaan yang terencana dan terstruktur. Pendekatan kami dimulai dengan perencanaan konten yang matang, mempertimbangkan pesan utama, tema visual, dan kreativitas. Kami melakukan riset pasar untuk memahami audiens kami dengan lebih baik, seperti mencari tren dan minat yang relevan. Setelah itu, kami merancang konten yang menginspirasi, memberdayakan, dan memberikan wawasan yang berharga. Proses ini melibatkan kolaborasi erat keseluruhan tim kreatif, fotografer, dan penulis konten, untuk memastikan bahwa setiap postingan di Instagram TLF mencerminkan nilai-nilai organisasi dengan cara yang menarik dan autentik serta menciptakan koneksi emosional dengan para *followers*. Dengan pendekatan ini, kami berhasil membangun kehadiran yang kuat dan berdaya tarik di platform sosial tersebut, menyampaikan pesan-pesan penting dan mendukung misi positif TLF.

Metode pelaksanaan kami melibatkan pendekatan multimedia yang kuat untuk menciptakan konten yang berkesan bagi Instagram TLF. Kami mengambil pendekatan dokumentasi video dan foto secara teliti, menangkap setiap momen berharga dan emosional dengan cermat. Selain itu, kami melakukan wawancara mendalam kepada anggota TLF, menggali cerita dan pengalaman mereka untuk menambah kedalaman konten kami. Dengan metode ini, kami memastikan bahwa setiap postingan di Instagram TLF tidak hanya berisi gambar visual yang memukau, tetapi juga mengandung cerita yang menginspirasi dan autentik, mencerminkan nilai-nilai dan misi positif TLF.

Dalam pelaksanaan Sesi *Sharing Materi* kepada siswa/i TLF tentang pentingnya pembuatan konten di era digital ini, kami mengusung metode yang interaktif dan informatif. Kami memulai dengan membangun pemahaman mendalam mengenai tren dan kebutuhan di dunia digital saat ini. Melalui presentasi yang dinamis dan diskusi berbasis kasus, kami menggarisbawahi pentingnya keterampilan pembuatan konten dalam membangun identitas dan kehadiran *online*. Kami membahas strategi pemasaran konten, kekuatan *storytelling*, dan teknik pengeditan yang efektif. Pendekatan kami berfokus pada inspirasi, membimbing siswa/i TLF untuk mengeksplorasi kreativitas mereka sendiri dan memahami dampak positif yang dapat diciptakan melalui konten yang relevan dan berdaya

ungkit di era digital ini. Dengan metode ini, kami memberdayakan siswa/i TLF untuk menjadi pelaku aktif dan cerdas dalam menciptakan konten yang memiliki nilai dan berpengaruh di platform *online*.

2.3 Luaran

Dalam laporan mengenai pemanfaatan media sosial untuk TLF, sejumlah capaian luaran yang signifikan dapat dicatat sebagai berikut:

- Terdapat peningkatan kesadaran masyarakat tentang misi dan program-program TLF melalui media sosial. Informasi-informasi penting mengenai pendidikan berkelanjutan, pertanian berkelanjutan, dan proyek-proyek sosial TLF berhasil disampaikan dengan efektif kepada audiens yang lebih luas.
- Terjadi peningkatan signifikan dalam jumlah *followers* dan interaksi di akun media sosial TLF. Dengan strategi konten yang terarah dan kreatif, kami berhasil meningkatkan keterlibatan pengguna, menciptakan komunitas yang aktif dan terlibat.
- Pemanfaatan media sosial juga mendorong tingkat partisipasi dalam acara-acara TLF dan proyek-proyek sukarela. Melalui undangan dan kampanye yang disebarluaskan melalui platform sosial, kami berhasil menggalang dukungan dari sukarelawan dan donatur, mengoptimalkan kontribusi positif bagi program-program TLF.

BAB III

KESIMPULAN

3.1 Kesimpulan

Dari analisis mendalam tentang pemanfaatan media sosial oleh *The Learning Farm* (TLF), dapat disimpulkan bahwa media sosial bukan hanya merupakan platform untuk berkomunikasi, tetapi juga alat yang memiliki potensial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program-program pendidikan dan keberlanjutan yang dijalankan oleh organisasi non-profit seperti TLF. Melalui pendekatan yang terencana dan kreatif, kami berhasil meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna di media sosial TLF. Selain itu, kami berhasil mengatasi tantangan utama yang dihadapi oleh TLF, termasuk kurangnya promosi yang ditargetkan pada audiens internasional dan kurangnya pemahaman siswa/i tentang kekuatan serta daya tarik pembuatan konten di media sosial.

Pemanfaatan media sosial juga membuka pintu untuk pengadaan kolaborasi dan kemitraan yang lebih mendalam. Dengan menarik perhatian pihak eksternal seperti organisasi lain, para ahli, dan calon donatur, TLF memiliki kesempatan untuk memperluas pengaruhnya dalam pendidikan yang berkelanjutan. Kolaborasi sejenis ini dapat menciptakan sinergi yang kuat, memungkinkan pertukaran ide dan pengalaman, serta memperluas jangkauan misi TLF.

Pemanfaatan media sosial oleh TLF membuka peluang untuk membangun komunitas yang kuat dan saling terlibat. Dengan menggali cerita inspiratif dari siswa/i dan kegiatan TLF, kami berhasil menciptakan konten yang menginspirasi dan autentik. Konten-konten ini bukan hanya menciptakan kesadaran, tetapi juga membangun koneksi emosional dengan audiens, sehingga menciptakan pengalaman yang mendalam. Dalam proses ini, kami juga memberikan pelatihan dan pendidikan kepada siswa TLF, membantu mereka memahami potensi dan dampak positif dari konten-konten kreatif di platform digital.

3.2 Saran

Berdasarkan hasil evaluasi, kami menyarankan beberapa langkah perbaikan dan pengembangan untuk pemanfaatan media sosial oleh TLF:

1. **Pelatihan Keterampilan Konten:** Memberikan pelatihan lebih lanjut kepada siswa dan staf TLF tentang keterampilan pembuatan konten, pengeditan video, dan fotografi dapat meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan. Keterampilan ini menjadi penting dalam menciptakan konten yang profesional dan memikat.
2. **Pengembangan Konten yang Lebih Dalam:** TLF dapat menggali cerita inspiratif dan kegiatan siswa lebih mendalam untuk menciptakan konten yang lebih mendalam dan bermakna di media sosial. Dengan menggambarkan pengalaman siswa dengan lebih baik, pesan dan misi TLF dapat tersampaikan dengan lebih kuat.
3. **Kolaborasi dan Kemitraan:** Membangun kemitraan dengan influencer, organisasi lain, atau tokoh-tokoh publik dapat membantu memperluas jangkauan konten TLF. Kolaborasi semacam ini dapat membawa audiens baru dan menciptakan dampak yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Indika, D., & Jovita, C. (2017, Juni). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI SARANA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1).
- Kurniawan, P. (2017, Oktober 2). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI KOMUNIKASI PEMASARAN MODERN PADA BATIK BURNEH. *Universitas Trunojoyo Madura*, 11.
- Puspitarini, D. S., & Nuraini, R. (2019, Juni). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). 3(1).
- Setiadi, A. (n.d.). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI.
- Yusuf, F., Rahman, H., Rahmi, S., & Lismayani, A. (2023, April). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI, INFORMASI, DAN DOKUMENTASI: PENDIDIKAN DI MAJELIS TAKLIM ANNUR SEJAHTERA. *JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1).

Lampiran

Foto Kegiatan



Gambar 1. Persiapan tim pelaksana



Gambar 2. Dokumentasi oleh tim pelaksana



Gambar 3. Sesi foto bersama pelajar dan *PR TLF* di ladang



Gambar 4. Sesi wawancara bersama pelajar TLF



Gambar 5. Sesi pemaparan materi kepada pelajar TLF



Gambar 6. Sesi penyerahan *souvenir* kepada pihak TLF

Persetujuan atau Pernyataan Mitra

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJA SAMA DARI MITRA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eddy Supardi
Pimpinan Mitra : The Learning Farm
Bidang Kegiatan : Pemberdayaan Pemuda Melalui Pertanian Organik

Alamat : Rumah TLF (The Learning Farm), Kp Rawabenceuh Rt 04/Rw
09 Desa Kawungluwuk, Kecamatan Sukaresmi, Kabupaten
Cianjur, Jawa Barat

Dengan ini menyatakan bersedia untuk bekerjasama dengan Pelaksana Kegiatan PKM

Nama Dosen Pengusul : Rezi Erdiansyah Drs., M.S., Dr.
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi
Perguruan Tinggi : Universitas Tarumanagara

Bersama ini pula kami nyatakan dengan sebenarnya bahwa diantara pihak Mitra dan Pelaksana Kegiatan PKM tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan ikatan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian Surat Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa ada unsur pemaksaan didalam pembuatannya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, Selasa 26 September 2023

Yang Menyatakan


Eddy Supardi
Executive Director
The Learning Farm




Gambar 9. Surat Ketersediaan Kerjasama Mitra

Materi Paparan (PPT)

Mengenal dan Memahami

Content Creating

Created By :
Danessa Valerie

Presentation are communication
tools that can be used as
demonstrations,



Apa itu Content?

Konten terdiri dari :

Copywriting

Design

Photography

Videography

"Konten" adalah materi atau informasi yang dipersembahkan melalui berbagai media seperti teks, gambar, audio, atau video. Hal ini mencakup berbagai jenis materi seperti artikel, gambar, video, podcast, dan bentuk konten lain yang bertujuan untuk menyampaikan pesan, memberikan manfaat, atau menghibur audiens target. Proses pembuatan konten, yang dikenal sebagai content creation, dilakukan dengan tujuan khusus seperti memberikan informasi, mempromosikan produk, atau memberikan hiburan kepada pengguna.

Konten seringkali ditemukan di Media Sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dll.

Tujuan Content

1. Mengedukasi

Memberikan informasi atau pengetahuan kepada audiens untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang suatu topik.

2. Menghibur

Memberikan hiburan, mengundang tawa, atau memancing emosi positif untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan.

3. Menginspirasi

Memberikan motivasi, membangkitkan semangat, atau memancing refleksi untuk memicu inspirasi dan pertumbuhan pribadi.

4. "Influence"

Influence, yaitu mempengaruhi audiens untuk melakukan sebuah tindakan tertentu. Contohnya adalah membeli suatu produk, atau mengikuti suatu kegiatan.



Target Audiens

Sebelum membuat konten, kita harus mengetahui dahulu untuk siapa kita ingin menunjukan konten tersebut, yang disebut dengan Target Audiens. Audiens adalah orang atau kelompok orang yang ditujukan atau yang berpotensi untuk melihat, mendengar, atau berinteraksi dengan suatu pesan atau konten. Mereka adalah orang-orang yang menjadi target dari komunikasi atau presentasi. Audiens dapat memiliki karakteristik dan kebutuhan yang berbeda, dan penting untuk memahami siapa mereka agar pesan atau konten dapat disampaikan dengan lebih efektif.



Cara Membuat Konten



01 Tujuan dari Konten

Pertama kita harus menentukan tujuan dari konten yang ingin kita buat. Apakah konten edukatif, atau hiburan, atau untuk mempromosikan sebuah produk?

03 Penggunaan Media

Setelah itu, kita mencari media yang mendukung konten yang kita buat entah berupa foto atau video.

02 Target Audiens

Yang kedua, kita harus menentukan pasar dari konten yang ingin kita buat. Untuk siapa konten ini ditujukan? Lalu apa yang diharapkan setelah audiens melihat konten tersebut?

04 Copywriting

Terakhir, kita harus menyediakan copywriting atau penulisan yang melengkapi konten tersebut. Pastikan copywriting sesuai dengan message atau tujuan dari pembuatan konten.



Content Creator

Konten dapat digunakan untuk berbagai banyak tujuan. Antara lain adalah untuk memberikan informasi, mengedukasi, menghibur, mempromosikan suatu produk, dll. Lalu, siapa atau apa yang biasanya membuat konten? Yang membuat konten biasanya disebut dengan Content Creator.

Content Creator ada banyak jenisnya dan konten yang dibuat pun juga ada bermacam-macam, semuanya memiliki tujuannya masing-masing.



titantyra ✓

Following v Message ✉ ⋮

2,562 posts 792K followers 1,210 following

Titan Tyra she/her

11,675,072 ✓

Personal blog

[@secondatebeauty](#) [@toriyo.id](#) [@bodii.id](#) [@madcoco.id](#)

Honest Content Creator

Email / WA 081575022443

[desty.page/titantyra](#)

Influencer

Lifestyle

Influencer biasanya fokus dengan konten-konten yang berhubungan dengan gaya hidup kita sehari-hari.

Product Reviews

Influencer merupakan salah satu cara paling efektif untuk mempromosikan sebuah produk, tempat, atau jasa.

Entertainment

Influencer juga terkenal untuk menghibur para pengikutnya dengan konten-konten mereka.

Lifestyle



Caption :

ciao milano 🇮🇹 loading up on carbs everyday here 🍕🍷

wearing [@nataliakiantoro](#) ❤️



Caption :

some snaps from my new camera 📷 bought the fujifilm xs20 for this trip coz I was looking for a camera that I could vlog on + take pics with. Coz the sony cams I had at home were each good for only video/photo hehe. been liking the fuji so far except the autofocus is a little tricky compared to my sony cameras 😬 but the look of the photos on fujifilm are creamier and less contrast 📺 LAH TIBA TIBA JADI TECH REVIEWER 🙌 emang anaknya suka ngerewiew coy

#fujifilm #xs20 #milantrip #justthetwoofus #TitanInMilan #ootdinspiration #camerareview #vloggerlife

Lifestyle

Caption :

a quick post before we get proper footage from our vendors officially Mr & Mrs Ong and we couldn't be happier 🥰

dress by [@hiantjen](#)
fabric
[@the.designerworkshop](#)
makeup [@cherryjks](#)
headpiece [@rinaldyyunardi](#)
accessories
[@adellejewellery](#)
gais's suits
[@wonghangtailor](#)

#TitanGaiusOngoing



Caption :

kalau kalian gamau bayar 89 ribu untuk bikin AI di snow, foto sendiri aja di rumah kayak akuu 🥰❤️ lalu aku pakai Lightroom untuk samain warnanya, dan Meitu untuk edit wajah agar fitur wajah mirip ke robotnya 🤖

#Alkorea #recreateAI
#recreateartificialintelligence #recreatingmyAI
#snowkorea #Alselfie
#koreanstyle #reelsviral
#meitu #lightroom
#athomephotoshoot



Product & Review



Caption :

Bringing Excelso back, because my parents and I spent so much time hanging here in my childhood!

Wajib cobain menu favorit aku, Avocado Coffee 🥰🥰 sekarang ada Durian Coffee SO GOOODD 🤩 rasanya balanced!

[@excelsocoffee](#) #ExcelsoExperience



Caption :

usually loose powders tend to be TOO dead matte - [@secondatebeauty](#)'s Silky Blur Powder sets your skin into a cloudy skin, angel-like finish ☺️ masih ada radiance dari kulit memancar dari dalam 🥰 and my favorite, the hazy pores effect this givesss 🤩

Entertainment



Caption :

jadi orang harus pede, tapi jangan kepedean juga kali yak HAHAAHHAHA 🤪💧

#fillthecup #challenge #funnyreels #comedy



Caption :

#PenguinTitan masih world tour sama sodara aku semua 🐧 kami abis les nari, kasi rate 1-10 dong ❤️

#TitanPenguin #madagascarpenguins #funnydance #funnyreels #tiktoktrends #38mafia #reelslucu #tiktoklucu

Brand

Marketing

Setiap brand akan membuat konten yang fokus dalam marketing atau pemasaran produk yang dihasilkan brand tersebut.

Promotion

Konten-konten mengenai promosi atau diskon mengenai produk brand untuk menarik perhatian pelanggan.

Brand Image

Sebuah brand juga akan fokus membangun image dari brand tersebut sebaik mungkin agar diingat oleh para pelanggan.

Marketing

PAGE 05



Caption :
A secret to fulfill your sweet cravings: Butter Croissant Yummy 🍩🍦
Enjoy our Tasty Croissant + Ice Cream; delightful fusion of indulgence and creamy delight 😊
Save this post for you to enjoy at Starbucks Ice Cream store only!
cr : @ustadjaedo

Albums

My Albums



Recents
2,772

Caption :
Rock your taste buds with some Autumn spices from Starbucks! 🍂
Peek @bbayuangs video to see every delicious ingredients of Rock Salted Caramel Oatmilk Iced Shaken Espresso to boost your Sunday to indulge the bold, sweet and satisfying flavors 😊
Absen dulu yuk yang udah nikmatin minuman Autumn satu ini di kolom komentar 🍂

Marketing

PAGE 05

Caption :
New Spot for hangout 🌟
Ajak bestie ke Starbucks Ruko Vienna Gading Serpong yuk~ Tempatnya yang nyaman dan luas bisa jadi spot favorit kamu buat hangout bareng temen-temen lho 🍷
Mention temen kamu di kolom komentar ya 🍷
by @priaasmaraa



Caption :
The wonder of Indonesia in a grip by Bring Your Own City Collections Tumbler 🇮🇩
Uplifting nationalism and being sustainable is rewarding with Starbucks! Grab, carry your favorite City Collection tumbler, and get a IDR 5K discount for your beverage EVERYDAY or up to 50% discount every Thursday and 22nd of the month 🍷
Comment down below to let us know, which city in Indonesia you already have? 🍷
cc : @jejeonginaaa



Promotion

		
<p>Caption : Cheers for good times and great sips 🍷</p> <p>Dapatkan 1 minuman ukuran grande setelah melakukan pembelian 2 minuman grande favoritmu dan nikmati juga cashback IDR 50K dengan kode voucher "STAR&DROBN" hanya di official Tokopedia Starbucks Indonesia 🍷</p> <p>Siapa yang udah siap untuk nikmatin promo menarik hari ini?</p>	<p>Caption : TUESDAY IS FULL OF SURPRISE TO CHEERS YOU UP 🍷</p> <p>Yuk nikmati Tasty Tuesday bersama teman-mu dan dapatkan diskon 50% untuk minuman tall setelah pembelian 1 makanan min. 30K~ Dapatkan juga loed Americano atau Coffee Frappuccino hanya Rp.1K khusus pembelian menggunakan ShopeePay Later 🍷 info lebih lengkap cek @shopeefood_id</p> <p>Geser sampai akhir untuk dapatkan kejutan diskon lainnya dan tag teman-mu untuk nikmati kejutan bersama 🍷</p>	<p>Caption : Wednesday is time to go to get BOGO 🍷</p> <p>Buy 1 Get 1 minuman ukuran grande hadir untuk kamu dan teman-mu~ Khusus hari ini, dapatkan di aplikasi delivery 1 minuman seharga IDR 30K dan 2 minuman seharga 50K 🍷</p> <p>Yuk segera tag teman kamu dan kasih tau minuman yang mau dinikmati hari ini!</p>

Brand Image

	
<p>Caption : Selamat Hari Bahasa Isyarat Internasional 2023!</p> <p>Yuk rayakan keunikan bahasa yang menghubungkan dunia tanpa suara 🍷</p>	<p>Caption : Relive the coffee adventure 🍷</p> <p>Enjoy our Starbucks Reserve Bali Coffee Experience was a blend of brew-tiful moments, laughter, and coffee tales 🍷</p> <p>Ready to savor the coffee journey all over again? Hit play ▶</p>

Brand Image



Caption :

Kamis (24/08) lalu, bekerja sama dengan @Habitat_id dan warga setempat, 56 partner (sebutan untuk karyawan) dari Support Center dan toko menjadi sukarelawan dan membangun dua rumah dan sembilan toilet di Desa Jatimulya, Kecamatan Pedes, Kabupaten Karawang, Jawa Barat.

Kegiatan ini merupakan bagian dari inisiatif Global Community Impact Grants 2023 di Indonesia yang didukung oleh Starbucks Foundation. Liryawati, Chief Marketing Office PT Sari Coffee Indonesia mengatakan bahwa aksi ini mewujudkan misi Starbucks dengan setiap komunitas untuk memupuk kemungkinan hubungan antarmanusia yang tak terbatas.

Desa Jatimulya sangat membutuhkan perumahan baru yang aman dan layak, serta fasilitas sanitasi yang memadai. Menurut aparat masyarakat, Desa Jatimulya memiliki kurang lebih 100 rumah yang tidak layak huni sedangkan fasilitas sanitasi dan air bersih sangat penting untuk meningkatkan kesehatan masyarakat.

#WASHProject #StarbucksCSR #CSR #GoodThingsAreHappening

A screenshot of the Instagram profile for 'fikomuntar'. The profile picture is the logo of UNTAR (Universitas Tarumanagara) Faculty of Communication Science, featuring a circular emblem with a book and a torch. The bio identifies it as the official account of the Faculty of Communication Science at UNTAR. The profile shows 1,592 posts, 3,351 followers, and 85 following. The account is verified and has a link to linktr.ee/fikomuntarofficial.

University

Edukatif /Informatif

Universitas tentunya akan menyediakan informasi-informasi yang berguna untuk para mahasiswa.

Inspiratif

Universitas juga membuat konten-konten inspiratif mengenai mahasiswa berprestasi untuk meningkatkan motivasi mahasiswa.

Fun & Activity

Sebuah universitas juga memastikan bahwa para mahasiswa dapat menikmati kehidupan kampus dan juga aktivitas-aktivitas yang seru.

Informatif/Edukatif



Caption :

Dalam rangka memeriahkan Dies Natalis ke-64 Universitas Tarumangara, Fikom Untar mengadakan lomba public speaking online dengan tema Pendidikan Berwawasan Global.

Dapatkan total hadiah belasan juta rupiah dan asah talenta public speaking-mu melalui lomba ini!

Timeline:

15 September 2023 - Technical Meeting
 25 September 2023 - Batas Pendaftaran & Pengumpulan Karya
 6 Oktober 2023 - Pengumuman Pemenang

Juri:

1. Nyoman Trya Wahjudha - Professional MC & TV Presenter
2. Calvin Dion, S.I.Kom. - Professional MC & Musician
3. Lusia Savitri Setyo Utami, S.Sos., M.Si. - Dosen Fikom Untar

Peserta: SMA/ sederajat

Narahubung: Michelle Agustine (0877-8880-1938)

Lihat Guide Book lomba melalui tautan
<https://bit.ly/GuideBookLombaPublicSpeaking2023>

Fikom Untar, Bukan Main!

#FikomUntar #Fikom #UntarJakarta #UNTARuntukINDONESIA

Informatif/Edukatif



Caption :

Pentingnya Organisasi Bagi Mahasiswa :

1. Menambah Pengalaman
 - ✓ Memahami tata cara berorganisasi
 - ✓ Mengelola event
 - ✓ Mengeskplor berbagai divisi dan jobdesc
2. Membangun Networking
 - ✓ Menambah teman
 - ✓ Membuka peluang kerjasama dan kolaborasi dengan berbagai pihak
3. Mengasah Soft Skill
 - ✓ 4C (Creative Thinking, Critical Thinking, Communication, Collaboration)
 - ✓ Kemampuan bekerja dalam tim
 - ✓ Time management
4. Membantu memenuhi Poin Surat Keterangan Pendamping Ijazah (SKPI)
 - ✓ Keaktifan mahasiswa ditandai dengan memperoleh sertifikat kepemimpinan pada akhir periode
 - ✓ Otomatis terlibat dalam kepanitiaan organisasi

Fikom Untar, Bukan Main!

#FikomUntar #Fikom #UntarJakarta #UNTARuntukINDONESIA

Inspiratif

Caption :

Viola Graciela Ikuti Passion Bangun Usaha Kuliner @Sreenas.bite

Sreenas.bites merupakan usaha rumahan di bidang kuliner yang saat ini fokus pada Loaf Bread. Produk yang ditawarkan kepada konsumen terbuat dari bahan-bahan alami dan natural.

Berawal dari kegemaran dalam dunia baking dan pandemi COVID-19, Viola termotivasi untuk membuka usaha. Profesi model yang ditekuni kala itu cukup sepi, sehingga Viola mencoba untuk melakukan sesuatu dalam rangka mengisi kegiatan sekaligus dapat memperoleh uang jajan yang dapat dijadikan sebagai modal mencoba resep lain.

Sreenas.bite juga sempat melakukan rebranding melalui logo, konsep, dan menu. Viola merasa mata kuliah media sosial dan MBKM Kewirausahaan memberikan pengaruh bagi perkembangan bisnis Sreenas.bite, khususnya dalam hal promosi bisnis melalui Instagram.

Viola berpesan kepada Fikomers untuk jangan takut untuk memulai. Tuangkan semua ide, bakat, dan hobi untuk berbisnis karena pekerjaan yang didasari passion akan jauh lebih menyenangkan.

Fikom Untar, Bukan Main!

#FikomUntar #Fikom #UntarJakarta #UNTARuntukINDONESIA



Inspiratif

Caption :

Mahasiswi Fikom Untar '21 Alannys Zefanya Sabet Posisi 1st Runner Up Putri Kebudayaan Nusantara 2023

Acara Putra-Putri Kebudayaan Nusantara diselenggarakan pada 14-18 September dengan puncak acara grandfinal pada hari Minggu, 17 September 2023 yang lalu.

Alannys berhasil menjadi 1st Runner Up Putri Kebudayaan Nusantara 2023.

Prestasi ini menjadi pencapaian yang membanggakan dan menyenangkan bagi Alannys.

"Bersyukur kepada Tuhan karena masih diberikan berkat dan kesempatan untuk menjadi pemenang dalam ajang ini," ujarnya.

Alannys juga mengajak Fikomers untuk menggunakan media sosial sebagai wadah untuk melestarikan budaya Indonesia.

Fikom Untar, Bukan Main!

#FikomUntar
#Fikom
#UntarJakarta
#UntarUntukIndonesia



Fun & Activity



Caption :
 Fikomers Outfit Check ✓
 Kira-kira kamu pilih gaya anak Jurnalistik, Humas, atau Periklanan nih?
 Fikom Untar, Bukan Main!
 #FikomUntar
 #Fikom
 #UntarJakarta
 #UNTARuntukINDONESIA



Caption :
 Fikomers . choose your fighter! 🥊
 Yuk .tingkatkan produktivitas kamu dengan bergabung bersama Organisasi Mahasiswa di Fikom Untar 🙌
 Follow untuk info lebih lanjut ya Fikomers-
 @untarty
 @ifocusfikomuntar
 @wearoranye
 @creadzyfikomuntar
 @pro_fikomuntar
 @bemfikomuntar
 @dpmfikomuntar
 Fikom Untar . Bukan Main!

Fun & Activity

Caption :
 Siapa yang masih belum bisa move on dari rangkaian acara PMB kemarin?? Here's for you! 🥰
 PMB Fikom Untar 2023 journey recap is on your way. Enjoy, Fikomers! ✨
 Fikom Untar, Bukan Main!
 #FikomUntar #Fikom
 #UntarJakarta
 #UNTARuntukINDONESIA



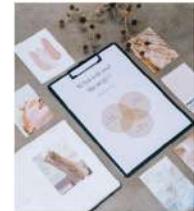
Caption :
 Kamis, 7 September 2023, Fikom Untar menghadiri undangan spesial dari IDN Times untuk menyaksikan film Sleep Call di XXI Citraland bersama-sama. Iktin yuk keseruannya!~
 Fikom Untar, Bukan Main!
 #FikomUntar #Fikom
 #UntarJakarta
 #UNTARuntukINDONESIA



Challenge:

Jalan-jalan dan amatilah sekitarmu. Dari lingkungan sekitar kalian, apa yang bisa dijadikan sebuah konten? Konten apa yang bisa kalian buat?

Berpencarlah menjadi kelompok yang beranggotakan 5 orang dan mulai membuat suatu konten!



PAGE 08

Gambar 10-34. Materi Paparan PPT

Rundown Acara

RUNDOWN (SELASA, 26 SEPTEMBER 2023)			
No.	Waktu Pelaksanaan	Kegiatan <i>The Learning Farm</i>	Kegiatan Tim Pelaksana
1.	08.00 - 09.30	Kebun Pagi	Tim mengambil video aktivitas para pemuda saat berkebun secara <i>candid</i> . Untuk video: <ol style="list-style-type: none">1. <i>Company Profile</i>2. <i>Program Activities (outdoor)</i>
2.	09.30 - 10.00	Istirahat	Tim mengambil video aktivitas para pemuda saat istirahat secara <i>candid</i> . Untuk video: <ol style="list-style-type: none">1. <i>Company Profile</i>
3.	10.00 - 12.00	Kelas Teori Pertanian	Tim mengambil video aktivitas para pemuda saat kelas secara <i>candid</i> . Untuk video: <ol style="list-style-type: none">1. <i>Company Profile</i>2. <i>Program Activities (indoor)</i>

4.	11.30 - 12.30		Tim istirahat, charge peralatan, cek <i>footage</i> , dokumentasi lokasi sekitar.
5.	12.30 - 13.30	Istirahat	Tim membuat video wawancara dengan pihak TLF dan pemuda. Untuk video: 3. Video Wawancara Pihak TLF 4. Video Wawancara Pemuda TLF
6.	13.30 - 15.00	Sesi <i>Sharing</i> Tim Pelaksana	Tim akan memaparkan materi <i>content creation</i> dan mendokumentasikan kegiatan. Untuk video: 1. Video Dokumentasi Tim Pelaksana
7.	15.30 - 17.00	Kebun Sore	Tim mengambil video aktivitas para pemuda saat berkebun secara <i>candid</i> . Untuk video: 1. <i>Company Profile</i> 2. <i>Program Activities (outdoor)</i>
8.	18.00		Tim meninggalkan TLF.

Gambar 35. Rundown Acara