

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



UNTAR
Universitas Tarumanagara

Pelatihan Produksi Konten Media Sosial

Disusun oleh:

Ketua Tim

Nigar Pandrianto S.Sos., M.Si

NIK 10911009

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
DESEMBER 2020

**Halaman Pengesahan
Laporan Pengabdian Kepada Masyarakat**

1. Judul PKM : Pelatihan Produksi Konten Media Sosial
2. Nama Mitra PKM : SMA GALATIA 3 JAKARTA
3. Ketua Tim Pelaksana
- A. Nama dan Gelar : Nigar Pandrianto S.Sos., M.Si
 - B. NIDN/NIK : 10911009/0304067101
 - C. Jabatan/Gol. : Asisten Ahli
 - D. Program Studi : Ilmu Komunikasi
 - E. Fakultas : Komunikasi
 - F. Bidang Keahlian : Marketing Digital
 - G. Alamat Kantor : Jalan LetJen S Parman 1 Jakarta
 - H. Nomor HP/Tlp : 0816772697
3. Anggota Tim PKM
- A. Jumlah Anggota (Dosen) :
 - B. Nama Anggota/Keahlian :
 - C. Jumlah Mahasiswa : 1 orang
 - D. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Wynne Margaretha/ 915180096
 - E. Nama & NIM Mahasiswa 2 :
 - F. Nama & NIM Mahasiswa 3 :
4. Lokasi Kegiatan Mitra :
- A. Wilayah Mitra : Kalideres
 - B. Kabupaten/Kota : Jakarta Barat
 - C. Provinsi : DKI Jakarta
5. Metode Pelaksanaan : Luring/Daring
5. Luaran yang dihasilkan : HKI
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : Januari-Juni/Juli-Desember* (pilih salah satu)
7. Pendanaan
- Biaya yang disetujui : Rp. 3.000.000.

Jakarta,

Ketua Pelaksana

Menyetujui
Ketua LPPM



Jap Tji Beng, Ph.D.

NIK:10381047


Nigar Pandrianto S.Sos.MSi

10911009

BAB I Pendahuluan

A. Analisis Situasi

Penggunaan media digital yang kian meluas, tidak hanya meningkatkan konektivitas, tetapi juga penyalahgunaan media digital itu sendiri. Berita palsu, *cyber bullying*, radikalisme online, dan hoax yang disebar melalui berbagai platform digital adalah bentuk-bentuk penyalahgunaan tersebut. Pengamat media dan pemerhati masalah sosial menduga hal ini akan semakin marak menjelang pemilihan presiden Indonesia di tahun 2018-2019.

Dugaan ini didasari oleh maraknya penyalahgunaan media digital pada pemilihan gubernur DKI Jakarta pada 2017 lalu. Situs berita *BBC Indonesia* menurunkan berita bahwa hoax seputar pilkada tersebut secara jelas mengusung isu-isu agama. Isu ini sangat mudah diserap oleh awam dan tidak jarang menuai respons ataupun yang sangat cepat. Akibatnya isu menjadi tidak terkendali. Tidak mengherankan jika aktivis media menyebut kala itu era digital di Indonesia memasuki masa yang kelam.

Fenomena yang terjadi di Pilkada itu tampaknya tidak hanya berhenti di titik itu. Seperti diberitakan oleh Kompas.com akhir tahun 2017 lalu, Kepala Departemen Komunikasi Fisipol UGM, Kuskridho Ambardi, memprediksi fenomena yang sama akan mewarnai di pemilihan presiden 2019. Ia menilai perang kampanye lewat media digital pada Pemilu 2019 akan lebih gila. Berita bohong dan informasi yang menyesatkan pun akan lebih banyak bertebaran. Hal ini memiliki pengaruh yang besar, yakni hampir 20% pemilih.

Oleh karena itu ia menganggap Kemenkominfo harus mempunyai kebijakan yang kuat sehingga dapat melakukan intervensi terhadap penyebaran berita palsu dan penyebaran konten negatif di media digital. Tanpa itu konten negatif dirakutkan akan memecah persatuan bangsa.

Sementara itu, Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, Rudiantara, mengimbau masyarakat untuk waspada dengan penyebaran konten negatif di media digital. Ia berharap setiap elemen bangsa selalu waspada. Ia juga mengatakan, penekanan terhadap sebaran hoax dan berita bohong di media digital tidak dapat hanya dibebankan kepada pemerintah, tetapi juga semua elemen masyarakat. Hal itu disampaikan Rudiantara kepada Asosiasi Media Digital Indonesia seperti diberitakan oleh antara Antaranews.id.

Kecemasan di atas sangat wajar karena di Indonesia sendiri ada ribuan situs Hoax. Malah data di awal tahun 2017, menurut Dewan Pers, tak kurang dari 40.000 situs beroperasi dengan menyebarkan konten negatif yang berbahaya. Data berikutnya lebih fantastis. Kata Rudiantara,

seperti dikutip oleh CNN.com, di Indonesia ada 800 ribu situs yang terindikasi sebagai penyebar berita palsu serta ujaran kebencian (*hate speech*). Angka tersebut belum termasuk akun media media sosial yang juga terindikasi memiliki konten penyebaran hoax.

Angka ini tidak mudah dipangkas. Pasalnya pemblokiran media penyebar hoax tidak begitu saja mengurangi angka-angka tersebut. Sebaliknya, pemblokiran dapat saja disusul oleh kemunculan media serupa yang baru.

Jadi, mau tidak mau, cara paling efektif untuk menangkal pengaruh buruk konten hoax adalah dengan peningkatan literasi media digital. Literasi media digital dapat menimbulkan kesadaran serta kewaspadaan masyarakat terhadap konten media yang bersifat hoax ataupun berita palsu. Tentu saja tidak hanya sampai di situ. Kesadaran dan kewaspadaan tersebut harus diikuti praktik yang konkret yakni dengan mulai memproduksi konten yang lebih positif, sebagai counter terhadap konten negatif.

Oleh sebab itu banyak pihak mendorong masyarakat untuk mulai menyebarkan konten positif. Menkominfo, Rudiantara (sindonews.com) yang dikutip pada September tahun lalu meminta masyarakat untuk menyebarkan konten positif. Salah satu yang diusulkan oleh menteri adalah dilakukannya gerakan Generasi Positive Thinking (GenPosting). Dalam gerakan ini masyarakat diimbau untuk melakukan posting di media sosial hal-hal yang positif dan bermanfaat untuk orang banyak.

Media sosial sendiri, menurut Nasrullah (2015) adalah salah satu platform yang muncul di dunia siber dengan karakteristik khusus. Karakteristik yang dimaksud adalah jaringan, informasi, artisp, interaksi, simulasi sosial, konten oleh pengguna.

Salah satu program konkret dari imbauan itu adalah dilakukannya pelatihan *Creative Content* (membuat) serta fotografi dengan menerapkan konsep-konsep *storytelling*. Menurut Budiman Hakim, dalam bukunya *Storytelling*, *storytelling* adalah strategi yang paling kuat untuk menarik perhatian audience. Bahkan di dunia iklan dan marketing, strategi ini semakin banyak mendapat perhatian.

Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan perspektif dan persepsi baru mengenai media digital. Di sini media digital tidak hanya menjadi media untuk menyalurkan kreativitas, tetapi juga memberikan manfaat bagi orang lain. Malah jika memungkinkan media sosial dapat dimonetisasi sehingga dapat memberikan manfaat finansial bagi pemilik ataupun pengelolanya.

Namun lebih dari itu semua, diharapkan lebih banyak lagi konten positif di media digital yang dikonsumsi oleh orang banyak. Konten positif ini kelak diharapkan dapat menjadi inspirasi, edukasi dan sarana ekspresi bagi masyarakat.

A. Permasalahan Mitra dan Solusi

Dari identifikasi data yang dipaparkan di atas, terdapat beberapa permasalahan berikut ini:

- Pengguna media digital belum memahami bagaimana bentuk konkret konten positif
- Pengguna internet belum mengetahui bagaimana memproduksi konten yang positif
- Pengguna media digital belum mampu mendistribusikan konten positif secara tepat di media sosial ataupun media digital lainnya

Berdasarkan analisa dan temuan yang dikemukakan di atas, maka tim pengabdian Fikom UNTAR melakukan diskusi dengan pihak mitra untuk mencari solusi dari permasalahan tersebut. Solusi ini diharapkan dapat membantu untuk meningkatkan pemahaman siswa SMA Galatia 3 Jakarta, mengenai konten kreatif media sosial. Oleh karenanya peneliti memutuskan untuk mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema “Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif di Media Sosial”. Oleh sebab itu pembekalan produksi konten kreatif lebih difokuskan kepada pengimplementasian konsep-konsep utama *storytelling*. Konsep-konsep ini dapat diimplementasikan dalam format video, visual, hingga tekstual. Bagi para siswa konsep ini ternyata merupakan hal baru.

Bab II Pelaksanaan

A. Deskripsi Kegiatan

Pelaksanaan pemberian pelatihan konten media sosial dilakukan pada hari Rabu 18 November 2020. Pelatihan ini dilakukan secara daring melalui Zoom. Peserta workshop adalah siswa kelas 2 dan 3 SMA Galatia 3, Jakarta. Adapun Materi yang disampaikan pada hari itu meliputi

- a) Pengertian konten
- b) Konten Kreator
- c) Tips membuat konten yang menarik
- d) Isu-isu seputar media sosial yang harus dipahami seperti SARA, pencemaran nama baik, ujaran kebencian dan lain sebagainya

B. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan disampaikan dengan metode pemaparan secara interaktif. Peserta diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan mengenai konten di media sosial. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat disampaikan secara langsung ataupun dilakukan dengan melalui kolom chat.

C. Luaran

Luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebuah poster yang berisi mengenai tips mengenai produksi konten media sosial yang efektif. Poster yang kemudian diproses untuk memperoleh sertifikat Hak Kekayaan Intelektual ini dapat disebarkan ke sekolah-sekolah atau tempat lainnya untuk memberikan pemahaman mengenai produksi konten yang menarik dan tidak memiliki masalah

Bab III Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan hasil dan pembahasan yang dijelaskan pada bab sebelumnya, secara singkat dapat disimpulkan bahwa seluruh rangkaian kegiatan PKM SMA Galatia 3 Jakarta, berjalan dengan baik dan sesuai jadwal yang telah ditetapkan. Beberapa kesimpulan penting yang diperoleh melalui kegiatan ini adalah sebagai berikut:

- a) Masih banyak siswa SMA Galatia 3 Jakarta yang belum memahami arti penting konten positif dan potensi konten positif di media sosial pelatihan produksi konten media Sosial
- b) Masih banyak SMA Galatia 3 Jakarta belum mencoba memproduksi dan mengunggah konten positif dan kreatif di media sosial
- c) Masih banyak SMA Galatia 3 Jakarta yang tidak mengetahui strategi tepat agar konten positif yang mereka produksi dapat diterima atau dipahami oleh audiens
- d) Pelatihan, sebagai proses untuk mengingatkan kembali, mengenai konten kreatif harus lebih sering dilakukan, termasuk teknik ataupun strategi produksi konten di media sosial secara kreatif sehingga dapat lebih mudah diterima oleh audiens

DAFTAR PUSTAKA

Gamble, Stephen, 2016, *Visual Content Marketing Leveraging Infographics, Video, and Interactive Media to Attract and Engage Customers*, Willey, Canada

Hakim, Budiman, 2017, *Storytelling, Beriklan lewat Cerita*, Galang Pustaka, Yogyakarta

Nasrullah, Rulli, 2015, *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiotnologi*. Simbiosis Rekatama Media, Jakarta.

Savitri, Astrid, 2019, *Menggali Puni-pundi Lewat Tren Sosial Media*, Charissa Publisher, Jakarta

Internet

<http://antaranews.id/2018/02/19/asosiasi-media-digital-indonesia-diajak-menjadi-bagian-siber-kreasi/>

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20161229170130-185-182956/ada-800-ribu-situs-penyebar-hoax-di-indonesia>

<https://daerah.sindonews.com/read/1238945/191/sebar-konten-positif-di-medsos-jangan-percaya-hoax-1505213278>

Lampiran

PERJANJIAN

PELAKSANAAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PROGRAM 100 PKM

NOMOR: PKM100-2020-022-SPK-KLPPM/UNTAR/XI/2020

1. Pada hari Senin tanggal 16 bulan November tahun 2020, yang bertanda tangan di bawah ini:

I Nama : Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Tarumanagara

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Pertama**.

II Nama : Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.
Jabatan : Asisten Ahli
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bertindak untuk diri sendiri dan Anggota Tim Pengusul:

1. Nama : Wynne Margaretha Herman (915180096)
Jabatan : Mahasiswa

Selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**.

2. Pihak Pertama menugaskan Pihak Kedua untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat atas nama Universitas Tarumanagara dengan:
Judul kegiatan : Konten Media Sosial
Nama mitra : SMA Galatia 3 (Jakarta)
Tanggal kegiatan : 18 November 2020
dengan biaya **Rp.3.000.000,- (Tiga Juta Rupiah)** dibebankan kepada anggaran Universitas Tarumanagara.
3. Lingkup pekerjaan dalam tugas ini adalah kegiatan sesuai dengan yang tertera dalam usulan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang diajukan oleh Pihak Kedua, dan telah disetujui oleh Pihak Pertama yang merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam surat tugas ini.
4. Pihak Kedua wajib menyerahkan laporan kegiatan dan luaran kegiatan selambat-lambatnya tanggal 30 Desember 2020, sesuai prosedur dan peraturan yang berlaku dengan format sesuai ketentuan.

Pihak Pertama

Ir. Jap Tji Beng, Ph.D.

Jakarta, 16 November 2020

Pihak Kedua


Nigar Pandrianto, S.Sos., M.Si.



1



2

Nigar Pandrianto

Kampus:

- Universitas Padjadjaran
- Universitas Indonesia

Bekerja

- Iklan Kompas-Gramedia (copywriter)
- Cre8 Kompas-Gramedia (Content strategist)
- Grid.ID Kompas-Gramedia (Content strategist)
- Universitas Tarumanagara



3

Apa itu konten?



4

Apa pun yang **kita**, kita baca, kita dengar, kita cium, atau gabungan kesemuanya pada sebuah medium, dapat disebut konten. Jadi konten itu luas



5

Graffiti



6



7

Bak truk



8



9

Foto-Foto Kegiatan PKM Konten Kreatif Media Sosial SMA GALATIA 3 Jakarta

1



2

181120 SMA Galatia 3 Jakarta - Webinar Fikom



anakjajan • Follow
Di Rumah Aja

anakjajan • Xi'an BiangBiang noodles
@ohmy.fong has gotta be one of our most unique findings! Pertama kali nemu noodle jenis seperti ini di Jakarta dan short to say, WE LOVE IT! 🍜 Basically it's a handpulled noodle famously known from Xi'an city, China. Konsepnya ready-to-cook, dikemasnya rapi tinggal masak sesuai instruksi. Mienya dibuat fresh tiap hari dg bentuk lebar dan super panjang (hingga 2meter), teksturnya seru kenyal2 gitu

Bumbunya dominan gurih pedas sedikit asam (bisa pilih level spicy), disajikan dg Pokchoy hidroponik & Australian Ribeye Beef yg super empuk dan berbumbu dg rasa gurih pedas

Liked by claudya.oktafiani and 5,030 others
OCTOBER 31

18:35

3

181120 SMA Galatia 3 Jakarta - Webinar Fikom



UNTAR
UNTAR untuk INDONESIA

01:14

4



5

181120 SMA Galatia 3 Jakarta - Webinar Fikom

Konten yang memikat?

- Temukan siapa audiens kita
- Tema yang relevan
- Visual yang memikat (fotografi yang baik)


UNTAR
 Universitas Tarumanagara





UNTAR untuk INDONESIA

01:24

6

REPUBLIC INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC0020058543, 11 Desember 2020

Pencipta
Nama : Nigar Pantrianto
Alamat : Jln. Olahraga VI No. 8, Jakarta Barat, DKI JAKARTA, 11480
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta
Nama : Nigar Pantrianto
Alamat : Jln. Olahraga VI No. 8, Jakarta Barat, DKI JAKARTA, 11480
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : Poster
Judul Ciptaan : **Ini Dia Junus Jitu Bikin Konten Di Media Sosial**
Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 2 November 2020, di Jakarta

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, dihitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 00025718

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.
Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



d.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.
NIP. 196511181994031001

Disclaimer:
Dalam hal pemohon memberikan keterangan tidak sesuai dengan surat pernyataan, Menteri berwenang untuk mencabut surat pencatatan pemohon.

Ini Dia Jurus Jitu Bikin Konten di Media Sosial



UNTAR
Universitas Tarumanagara

Membuat konten di media sosial memang sudah menjadi keseharian kita. Tetapi, memproduksi konten yang menarik sekaligus aman, nggak mudah. Sebab, kalau sampai salah dalam membuat konten, kita sendiri yang akan menghadapi masalah. Nah, simak sajak trik cantik membuat konten di bawah ini.

1 Apa sih konten itu sebenarnya?

Apa pun yang kita, kita baca, kita dengar, kita cium, atau gabungan kesemuanya pada sebuah medium, dapat disebut konten. Jadi konten itu luas. Bayangkan saja, graffiti, cover buku, *dance*, sampai gambar bagian belakang bak truk, adalah konten.

2 Gimana cara membuat konten yang menarik, ya?

Hmmm, pertama-tama buatlah konten mengenai apa yang paling kamu suka, misalnya saja mengenai hobimu. Kalau mengenai hobi sendiri, kamu akan lebih total mengerjakannya.

3 Lalu, bagaimana cara membuat konten yang memikat?

- Tentukan siapa *audiens* yang akan kita melihat konten kita
- Sesuaikan gaya konten dengan *audiens* kita
- Janga lupa buatlah visual yang memikat (fotografi ataupun video yang baik)

Nah, itu tips yang dapat kamu coba untuk menjadi *content creator* yang andal. Kalau kita tekun dan konsisten, maka kiat akan berhasil!
Ayo selalu semangat!

4 Terus, apa yang harus kita perlukan?

1. Belajarlah dari orang-orang di sekitar kita
2. Selalu konsisten, kalau kamu suka membuat konten kuliner, teruslah membuat konten sejenis dengan variasi yang banyak
3. Terus menambah wawasan

5 Beberapa isu etika media sosial

1. SARA (hindari gesekan sosial)
2. Pornografi
3. Ujaran kebencian
4. Berita bohong
5. Hak Cipta (jadi, kita harus mencantumkan sumber tulisan anda, sumber foto, atau sumber audio)
6. Kemanusiaan (kepantasan apakah sebuah konten dapat diposting atau tidak)



Extended Abstract

Penggunaan media digital yang kian meluas, tidak hanya meningkatkan konektivitas, tetapi juga penyalahgunaan media digital itu sendiri. Berita palsu, *cyber bullying*, radikalisme online, dan hoax yang disebar melalui berbagai platform digital adalah bentuk-bentuk penyalahgunaan tersebut. Pengamat media dan pemerhati masalah sosial menduga hal ini akan semakin marak menjelang pemilihan presiden Indonesia di tahun 2018-2019.

Dugaan ini didasari oleh maraknya penyalahgunaan media digital pada pemilihan gubernur DKI Jakarta pada 2017 lalu. Situs berita *BBC Indonesia* menurunkan berita bahwa hoax seputar pilkada tersebut secara jelas mengusung isu-isu agama. Isu ini sangat mudah diserap oleh awam dan tidak jarang menuai respons ataupun yang sangat cepat. Akibatnya isu menjadi tidak terkendali. Tidak mengherankan jika aktivis media menyebut kala itu era digital di Indonesia memasuki masa yang kelam.

Oleh karena itu dipandang perlu untuk memberikan pelatihan mengenai produksi konten yang positif dan kreatif, terutama di media sosial. Apalagi penggunaan media sosial semakin massif ataupun meluas. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan perspektif dan persepsi baru mengenai media digital. Di sini media digital tidak hanya menjadi media untuk menyalurkan kreativitas, tetapi juga memberikan manfaat bagi orang lain. Malah jika memungkinkan media sosial dapat dimonetisasi sehingga dapat memberikan manfaat finansial bagi pemilik ataupun pengelolanya.

Berdasarkan analisa dan temuan yang dikemukakan di atas, maka tim pengabdian Fikom UNTAR melakukan diskusi dengan pihak mitra untuk mencari solusi dari permasalahan tersebut. Solusi ini diharapkan dapat membantu untuk meningkatkan pemahaman siswa SMA Galatia 3 Jakarta, mengenai konten kreatif media sosial. Oleh karenanya peneliti memutuskan untuk mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema “Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif di Media Sosial”

Pelaksanaan pemberian pelatihan konten media sosial dilakukan pada hari Rabu 18 November 2020. Pelatihan ini dilakukan secara daring melalui Zoom. seluruh rangkaian kegiatan PKM SMA Galatia 3 Jakarta, berjalan dengan baik dan sesuai jadwal yang telah ditetapkan. Dari hasil pengamatan selama pelatihan berlangsung ada beberapa hal yang dapat dicatat oleh penulis yakni masih banyak siswa SMA Galatia 3 Jakarta yang belum memahami arti penting konten positif dan potensi konten positif di media sosial. Kemudian mereka juga belum mengetahui strategi tepat agar konten positif yang mereka produksi dapat diterima atau

dipahami oleh audiens. Dengan demikian pelatihan yang diberikan kepada siswa SMA Galatia 3 Jakarta dikatakan sangat relevan dan sudah tepat.