

PENINGKATAN KETERAMPILAN *CONTENT CREATOR* DI MASA PANDEMI COVID 19

Sigit Hermawan¹, Ainur Rochmaniah¹, dan Muhammad Yani¹

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

e-mail: sigithermawan@umsida.ac.id

Abstrak

Alumni dan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) banyak yang secara ekonomi terdampak COVID 19, yakni tidak lagi bekerja dan kehilangan penghasilan. Sementara itu profesi *content creator* sangat menjanjikan karena bergaji besar dan banyak fasilitas. Metode pengabdian masyarakat ini adalah pendampingan *content creator* dan *monitoring* evaluasi serta penilaian karya yang dihasilkan. Hasil abdimas adalah adanya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan para peserta tentang *content creator*.

Kata Kunci: *Content Creator*, Pandemi COVID 19, Alumni dan Mahasiswa

A. Pendahuluan

Adanya pandemi COVID 19 membawa dampak bagi banyak pihak termasuk alumni dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA). Beberapa alumni tidak dapat lagi bekerja atau dirumahkan dan juga beberapa mahasiswa yang juga pekerja kehilangan penghasilannya. Beberapa mahasiswa UMSIDA juga tercatat sebagai pekerja lepas seperti memberikan *les private*, bisnis online dan lainnya. Data yang dikumpulkan oleh Alumni Fakultas Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial (ALFABIS) mencatat sebanyak 23 alumni yang terdampak secara ekonomi karena pandemi COVID 19.

Sementara itu saat pandemi COVID 19 banyak ide dan kreativitas yang muncul. Salah satunya adalah penggunaan media sosial yang selanjutnya muncul *content creator* seperti *youtuber*. Menurut Nuraeni dan Junita T (2019) bahwa *content creator* adalah seseorang yang bertugas untuk menciptakan konten-konten yang menarik dan kreatif dengan tujuan membantu strategi marketing produk atau jasa tertentu. Memang sebuah produk atau jasa membutuhkan marketing untuk mengenalkan produknya pada masyarakat luas dan ini juga dilakukan oleh *content creator*. Hasil penelitian Yusuf dkk. (2020) mendukung hal ini yakni bahwa ada pengaruh konten pemasaran *shoppe* terhadap keputusan pembelian pelanggan. Namun perusahaan juga harus jeli terhadap pemilihan *content creator* karena terkait

segmentasi produk, harga produk dan juga latar belakang *content creator* tersebut karena konsumen sekarang sudah semakin cerdas dalam menilai sebuah iklan (Nasik dkk, 2020). Memang profesi *content creator* ini sangat menjanjikan (<https://money.kompas.com/read/2021/02/22/130300526/berapa-gaji-youtuber-simak-perhitungannya?page=all>).

Salah satu *content creator* adalah youtuber. Seorang youtuber dapat menghasilkan pendapatan antara 0,01 dollar AS hingga 0,03 dollar AS per tampilan tayang di video yang diunggah youtuber tersebut. Rata-rata seorang Youtuber sudah cukup ramai dikunjungi dapat menerima 18 dollar AS per 1.000 tampilan iklan. Besaran penghasilan Youtuber sama dengan 3-5 dollag AS per 1000 tampilan video. Dengan besarnya penghasilan yang dihasilkan oleh youtuber tersebut menjadikan profesi ini sangat menjanjikan. Berdasarkan analisis situasi diatas, yakni banyak alumni dan mahasiswa UMSIDA yang secara ekonomi terdampak covid 19 dan besarnya peluang untuk menjadi *content creator* maka pengabdian pada masyarakat ini adalah peningkatan ketrampilan sebagai *content creator* di masa pandemic covid 19.

B. Masalah

Dari uraian di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan-permasalahan yang harus diatasi antara lain:

1. Alumni dan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (UMSIDA) yang terdampak COVID-19.
2. Beberapa alumni tidak dapat lagi bekerja atau mengangur.
3. Mahasiswa yang kuliah sambil bekerja kehilangan penghasilannya.

Dari permasalahan-permsalahan tersebut, maka perlu adanya solusi tepat yang dapat membantu para alumni dan juga mahasiswa untuk mendapatkan penghasilan di tangan dampak Pandemi COVID-19 melalui *conten creator*.

C. Metode Pelaksanaan

Kegiatan abdimas untuk meningkatkan ketrampilan *content creator* di masa pandemi COVID 19 dilaksanakan dalam dua tahap, yakni 1) pendampingan praktik *content creator*, dan 2) monev dan penilaian hasil karya *content creator*. Pendampingan praktik *content creator* bertujuan agar peserta abdimas mampu mempraktikkan secara langsung pembuatan *content* mulai dari pengambilan gambar dengan foto, syuting, dan juga cara mereview makanan dan minuman dan juga sebagai *food vlogger* secara keseluruhan.

Pendampingan praktik sebagai *content creator (food vlogger)* dilakukan pada hari Sabtu tanggal 12 Desember 2020 mulai jam 15.30 – 18.00 WIB bertempat di *Selep Foodcourt* Desa Sumorame Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo Jawa Timur. Adapun tim pendamping pada kegiatan tersebut dijelaskan di Tabel 1.

Tabel 1. Tim Pendamping Abdimas *Content Creator*

No	Narasumber	Jabatan	Tugas
1	Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si, CIQaR	Ketua Abdimas	Pendampingan strategi Bisnis dan teknis secara keseluruhan
2	Ainur Rochmaniah, S.Sos., M.Si	Anggota Abdimas	Etika Komunikasi dengan Pedagang dan Masyarakat
3	Muhammad Yani, SE., MM	Anggota Abdimas	Pendamping saat syuting dan memotret
4	Denny Ade Candra, S.I.Kom	Tenaga Teknis	Pendamping saat syuting dan memotret
5	Endra Wahyu Ningdiyah, S.Ak	Tenaga Teknis	Pendamping saat melakukan review produk

Sumber: Laporan Akhir Abdimas *Content Creator* 2021.

Sementara itu untuk monev dan penilaian hasil karya *content creator* dilaksanakan setelah peserta abdimas *content creator* ini melakukan praktik lapangan mereview makanan di *Selep Foodcourt*. Secara teknis peserta di beri kesempatan untuk melakukan proses editing, finishing, dan mengunggahnya ke media sosial, *Youtube* masing-masing peserta. Tim abdimas memberi kesempatan selama dua minggu untuk menyelesaikan tugas tersebut yakni mulai tanggal 14 – 28 Desember 2020.

D. Pembahasan

1. Pendampingan Praktik *Content Creator*

Teknis pendampingan diawali dengan *briefing* secara Bersama-sama yang dipimpin oleh ketua Abdimas, Dr. Sigit Hermawan, SE., M.Si., CIQaR yang menyampaikan tentang tujuan pelaksanaan kegiatan praktik *content creator*, kondisi foodcourt yang dijadikan sebagai obyek *food vlogger*, cara menggali strategi bisnis yang dimiliki oleh pedagang dan follow up setelah pengambilan content. Pendampingan kedua disampaikan oleh anggota tim abdimas, Ainur Rochmaniah, S.Sos., M.Si yang menyampaikan tentang etika berkomunikasi dengan pedagang, cara menggali informasi dari masyarakat sekitar, dan etika sopan santun., Pendampingan ketiga disampaikan oleh M Yani, SE., MM yang menyampaikan tentang teknis pelaksanaan pengambilan gambar, urutan foto atau syuting yang dilakukan dan teknis

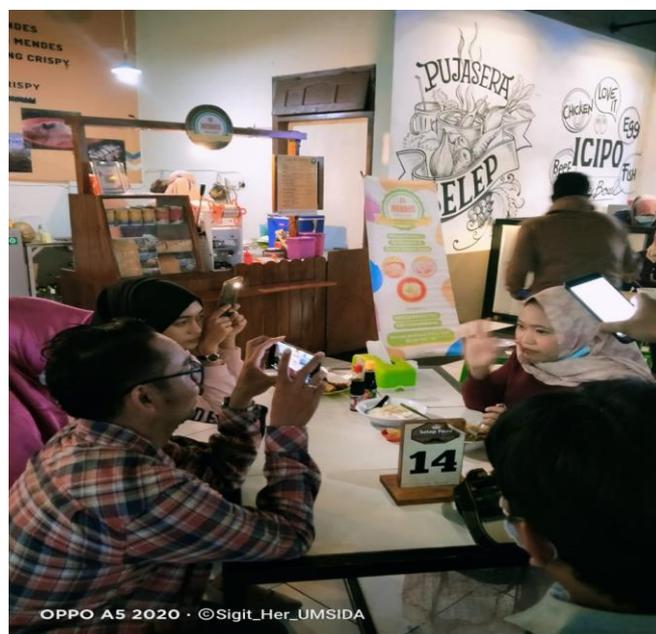
pendampingan saat mereview makanan. Untuk pendampingan tenaga teknis (Denny Ade Candra, S.IKom., dan Endra Wahyu Ningdyah, S., Ak) dilakukan pada saat pelaksanaan kegiatan mereview makanan, misalnya cara syuting produk, posisi (angle) gambar yang bagus, cara pengucapan saat mereview makanan, dan durasi atau waktu pengambilan gambar. Adapun peserta kegiatan dan produk yang direview dapat dilihat di Tabel 2.

Tabel 2. Produk Yang Direview

No	Nama	Alumni / Mahasiswa	Produk Yang Direview
1	Roudhotul Khikma	Alumni Prodi Manajemen	Es Sultan dan Roti Bakar "Mendes", <i>Chicken PomPom</i> "ICHIPO"
2	Andini Putrimawarti	Alumni Prodi Akuntansi	Bakso Tetalan dan Tahu Walik
3	Dhea Restia Putri	Mahasiswa Prodi Manajemen	Ayam Panggang
4	Indri Agustin	Mahasiswa Prodi PGSD	<i>Chicken PomPom</i> "ICHIPO" dan Es Sultan "Mendes"

Sumber: Laporan Akhir Abdimas *Content Creator* 2021.

Berikut foto kegiatan pendampingan *content creator* (*food vlogger*) di *Selep Foodcourt Sumorame* Candi Sidoarjo.



Gambar 1. Tim Pendamping Memberikan Contoh Cara Mereview Makanan



Gambar 2. Peserta Mengambil Gambar Salah Satu Stand Makanan



Gambar 3. Salah Satu Peserta Sedang Syuting dan Mereview Makanan

2. Monev dan Penilaian Hasil Karya *Content Creator*

Adapun hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Karya Peserta *Content Creator* dan *Link YouTube*

No	Nama	Alumni/ Mahasiswa	Hasil Karya (<i>Link YouTube</i>)
1	Roudhotul Khikma (RK)	Alumni Prodi Manajemen	https://www.youtube.com/channel/UC93X9Jac0juSnnE0B_6ivLg
2	Andini Putrimawarti (AP)	Alumni Prodi Akuntansi	https://www.youtube.com/watch?v=h0Vo9vVatJ8
3	Dhea Restia Putri (DRP)	Mahasiswa Prodi Manajemen	https://www.youtube.com/watch?v=4PauYkcNU5M
4	Indri Agustin (IA)	Mahasiswa Prodi PGSD	https://www.youtube.com/watch?v=TUTWep1zkfQ

Sumber: Laporan Akhir Abdimas *Content Creator* 2021.

Berikut gambar (*screen shoot*) dari *Youtube* masing-masing peserta:



Gambar 4. Karya (*YouTube*) Roudhotul Khikma



Gambar 5. Karya (*YouTube*) Andini Putrimawarti



Gambar 6. Karya (*YouTube*) Dhea Ristia Putri A



Gambar 7. Karya (*YouTube*) Andini Agustin

Proses selanjutnya setelah peserta abdimas *content creator* mengumpulkan tugasnya tersebut, Tim Abdimas melakukan penilaian untuk setiap *content* atau *link youtube* tersebut. Adapun aspek yang di nilai adalah pemilihan obyek/makanan yang di *review*, kelengkapan content, pesan yang disampaikan (5 W + 1 H), intonasi, ekspresi, kejelasan berbicara, kepercayaan diri, dan hasil secara keseluruhan (*editing* dan *finishing*).

Tabel 4. Penilaian Karya *Content Creator Food Vlogger*

No	Aspek Penilaian	RK	AP	DRP	IA
1	Pemilihan obyek / makanan atau makanan	9	7	9	8
2	Kelengkapan content (pengambilan gambar mulai proses awal – akhir)	9	7	8	9
3	Pesan Yang Disampaikan (5 W + 1 H)	9	8	9	9
4	Intonasi, ekspresi, kejelasan berbicara, kepercayaan diri	9	8	9	9
5	Hasil secara keseluruhan (Editing dan Finishing)	9	8	9	9
	Hasil Rata-Rata	9	7,6	8,8	8,8

Sumber: Laporan Akhir Abdimas *Content Creator* 2021.

Berdasarkan hasil penilaian karya *content creator/food vlogger* di Tabel 4 tersebut dapat di lihat hasilnya bahwa peserta dengan nama Roudhotul Khikma memiliki nilai 9 yang berarti hasil karyanya paling baik dibanding peserta yang lain. Untuk obyek atau menu.

E. Kesimpulan

Hasil dari abdimas adalah adanya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan para peserta tentang *content creator*. Dampak praktisnya para peserta mampu membuat *content* mereview makanan atau sebagai *food vlogger*. Saran: para *content creator* harus terus berkarya dan berkreasi. Pihak lain dapat melakukan abdimas *content creator* dengan obyek yang lainnya. Misalnya *beauty influencer* atau yang lainnya.

F. Ucapan Terima Kasih

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah membiayai kegiatan pengabdian masyarakat ini dalam Program Kemitraan Masyarakat UMSIDA Terdampak Covid 19 Tahun 2020/2021.

DAFTAR PUSTAKA

<https://money.kompas.com/read/2021/02/22/130300526/berapa-gaji-youtuber-simak-perhitungannya?page=all>

- Nasih, Muhammad., Otto Mayrad Susanto., Abdul Roziq Fanshury., Sigit Hermawan. 2020. Influencer Dan Strategi Penjualan: Studi Netnografi Pada Pengguna Jasa Selebgram Sebagai Media Promosi. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 5, Nomor 2, Desember: 135-144 ISSN: 1410-4571, E-ISSN: 2541-2604.
- Nuraeni, Erina dan Ike Junita T. 2019. Peran Content Creator pada Instagram dalam Pemasaran Produk (Studi Kasus pada akun Instagram @mayoufit). *Prosiding Manajemen Komunikasi*. Volume 5, No. 2, ISSN: 2460-6537
- Yusuf, Ramayani., Heny Hendrayati., Lili Adi Wibowo. 2020. Pengaruh Konten Pemasaran Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*. Volume 1, Issue 2, Juli 2020. E-ISSN : 2716-375X, P-ISSN: 2716