J-Dinamika
JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

Vol. 9, No. 2, Agustus 2024
E-ISSN : 2503-1112 | P-ISSN : 2503-1031
DOI : 10.25047/j-dinamika.v9i2.4651

Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial Tiktok Bagi Pelajar SMA/SMK di Wilayah Provinsi Banten

Training on TikTok Social Media Content Creation for High School Students in the Province of Banten

Stephen Aprius Sutresno[1], Eugenius Kau Suni[2]*, Julius Victor Manuel Bata[3], Henoch Juli Christanto[4], Gregorius Airlangga[5], Denny Jean Cross Sihombing[6], Gregoria Philia[7]

[1,2,3,4,5,6,7] Prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, Indonesia
* *eugenius.suni@atmajaya.ac.id*

ABSTRAK

Media Sosial Tiktok sangat melekat dengan keseharian generasi Z yang saat ini masih duduk di bangku sekolah. Tiktok terkadangan membuat anak-anak usia sekolah menghabiskan waktu secara berlebihan bermain gadget hingga mengganggu waktu belajarnya. Untuk meningkatkan produktivitas di media sosial, prodi Sistem Informasi Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya menggelar pelatihan pembuatan konten Tiktok bagi pelajar SMA dan SMK di wilayah Tangerang, Banten. Narasumber pelatihan ini yang juga seorang influencer Tiktok berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelajar SMA dan SMK yang mengikuti pelatihan ini. Sebab pada proses pelatihannya peserta selain menerima penjelasan tentang materi berkonten, mereka juga langsung didampingi pada sesi praktek membuat konten Tiktok. Hasilnya, peserta semakin mampu membuat konten review kegiatan, review fasiltas dan tempat, dan konten informatif lainnya. Nilai pre-test dan post-test juga menunjukan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan sebesar 74,4 persen pada peserta dalam pelatihan ini.

Kata kunci — Konten, Media Sosial, Pelajar SMA/SMK, Pelatihan, Tiktok

ABSTRACT

Social media TikTok is deeply ingrained in the daily lives of Generation Z, who are currently still in school. Occasionally, TikTok causes school-aged children to spend excessive amounts of time playing with gadgets, thereby disrupting their study time. To enhance productivity on social media, the Information Systems program at Atma Jaya Catholic University of Indonesia organized a TikTok content creation training for high school students in the Tangerang, Banten area. The trainers for this workshop, who are also TikTok influencers, successfully increased the knowledge and skills of high school students who participated in the training. During the training process, participants not only received explanations about content creation, but they also received direct guidance during practical sessions on creating TikTok content. As a result, participants became more proficient in creating content such as activity reviews, facility and location reviews, and other informative content. Pre-test and post-test scores also showed a 74.4 percent increase in knowledge among participants in this training.

Keywords — *Content, Social Media, High School Students,Training, Tiktok*

OPEN ACCESS

© 2021. Stephen Aprius Sutresno, Eugenius Kau Suni, Julius Victor Manuel Bata, Henoch Juli Christanto, Gregorius Airlangga, Denny Jean Cross Sihombing, Gregoria Philia

Creative Commons
Attribution 4.0 International License

1. Pendahuluan

Media sosial Tiktok menawarkan berbagai macam video pendek berisi informasi dan hiburan bagi penggunanya. Fitur-fitur yang menarik pada Tiktok dianggap sesuai dengan karakteristik generasi Z yang paling banyak menggunakannya Tiktok [1]. Data *We Are Social* pada bulan Januari 2023 menunjukan bahwa pengguna TikTok di Indonesia mencapai 70,8 % dari 167 juta orang pengguna aktif media sosial, setara 118,2 juta orang [2]. Tingginya pengguna ini menyebabkan Tiktok menjadi media komunikasi yang sangat penting untuk digunakan sebagai sarana promosi dalam bisnis. Pengguna Tiktok dianggap sebagai pangsa pasar yang sangat besar untuk dijadikan sebagai target promosi produk barang dan jasa [3]. Sebab pada prakteknya, media sosial Tiktok dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan. Konten video promosi yang menarik di Tiktok mampu mempengaruhi keputusan seseorang untuk membeli produk barang dan jasa yang ditawarkan [4].

Belakangan ini banyak influencer Tiktok yang secara rutin membuat konten-konten *review* makanan sebagai *food vlogger* sekaligus mempromosikan tempat makan seperti cafe, restoran, warung hingga kedai makanan. Influencer Tiktok atau sering disebut sebagai Tiktokers dengan jumlah pengikut yang sangat banyak mampu memberi kesan positif pada setiap konten yang mereka *review* [5]. Sehingga oleh aktivitas influencer di media sosial tersebut membuat bisnis kuliner bertubuh dengan cepat dan mencapai target pasar yang lebih besar. Anak-anak muda termasuk pelajar dan mahasiswa paling pontensial untuk menekuni profesi sebagai influencer di media sosial ini. Dalam memberikan rekomendasi makanan, influencer Tiktok seperti Sisca Kohl disebut sebagai salah satu influencer makanan yang cukup berpengaruh [6] dan disebut sebagai salah satu rujukan bagi konten kreator usia muda. Karena sejak usia 18 tahun, Siska Khol sudah menekuni dunia konten kreator dan kini pengikutnya di Tiktok sudah mencapai 18,3 juta orang. Meski kerap menimbulkan kontroversi pada kontennya, namun Siska Khol berhasil membangun akunnya sejak usia muda [7].

Masalahnya, belum semua orang memanfaatkan Tiktok untuk meningkatkan produktivitasnya dalam berbagai bidang kehidupan. Bahkan media sosial Tiktok bagi sebagian orang, justru memberikan dampak buruk dari sisi kesehatan [8]. Tiktok menimbulkan kecanduan, mengurangi kepekaan sosial, termasuk banyak orang menghabiskan waktunya untuk menikmati hiburan dari video pendek Tiktok dan hal itu mengurangi produktivitas. Para remaja yang masih duduk dibangku SMP dan SMA terganggu aktivitas belajarnya akibat pengaruh buruk media sosial Tiktok ini. Sejumlah penelitian menyebut generasi Z mengalami gangguan mental yang serius akibat Tiktik [9]. Ditambah lagi konten yang dibuat oleh para remaja di akun media sosial kebanyakan tidak memiliki informasi yang bermanfaat dan menjadi bahan pemicu *cyberbullying* [10].

Untuk mengatasi permasalahan ini, Prodi Sistem Informasi pada Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, memberikan pelatihan pembuatan konten media sosial Tiktok bagi pelajar SMA dan SMK di wilayah Provinsi Banten guna meningkatkan kemampuan para remaja dalam membuat konten positif dan bermanfaat di media sosial Tiktok. Prodi Sistem Informasi mengundang influencer Tiktok untuk melatih para pelajar SMA dan SMK dalam membuat konten video Tiktok yang bermanfaat dan menunjang kegiatan belajarnya dan aktivitas produktif lainnya. Influencer Tiktok Farhan Muhammad yang memiliki akun Tiktok @_farhanmhmd melatih pelajar SMA dan SMK untuk membuat konten info *review* kegiatan, *review* kampus atau sekolah, serta *review* makanan dan tempat makan.

2. Target dan Luaran

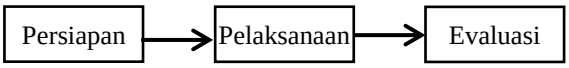
Target. Pelatihan pembuatan konten media sosial Tiktok ini secara khusus menargetkan para pelajar SMA dan SMK di wilayah provinsi Banten, dimana pada pelaksanaannya diikuti oleh para pelajar dari SMK Negeri 6 Kabupaten Tengerang, SMK Pustek Serpong, SMK Tarsisius Vireta

Tangerang, SMA Tarakanita Citra Raya Tangerang, dan sejumlah sekolah lainnya.

Luaran. Pelatihan ini untuk menghasilkan konten-konten media sosial Tiktok yang positif dan bermanfaat pada pelajar SMA dan SMK di wilayah Banten. Dan peserta mampu membuat konten *review* kegiatan pelatihan pembuatan konten dan *review* fasilitas belajar di kampus III Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Pengalaman membuat konten pada saat pelatihan ini nantinya akan mereka terapkan untuk mengembangan akun media sosialnya masing-masing dengan membuat konten info kegiatan, *review* makan dan tempat makan, dan konten positif lainnya.

3. Metodologi

Metode pelaksanaan kegiatan pelatihan pembuatan konten media sosial bagi pelajar SMA dan SMK ini melewati tiga tahapan penting yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pelatihan

Pada tahapan persiapan, tim dosen dan mahasiswa dari Prodi Sistem Informasi menyebarkan form pendaftaran peserta pelatihan ke sejumlah sekolah di wilayah Banten untuk mendaftar. Promosi kegiatan ini juga dilakukan melalui media sosial agar menarik minat sebanyak-banyaknya peserta. Selain itu tim dosen dan mahasiswa serta marketing kampus juga melakukan kunjungan ke sekolah-sekolah untuk menyampaikan undangan secara langsung melalui guru dan kepala sekolah.

Gambar 2. Tim Prodi SI Sosialisasi Kegiatan ke SMA/SMK

Pada tahapan pelaksanaan, para pelajar SMA dan SMK yang sudah mendaftar, bersama guru pendamping, datang ke aula Serbaguna kampus III Unika Atma Jaya di Cisauk, Tangerang, untuk mengikuti pelatihan content creator. Influencer Tiktok Farhan Muhammad memaparkan materi yang telah disampaikannya dan mencontohkan cara membuat konten yang menarik secara mudah dan praktis. Peserta dibagi secara berkelompok untuk melakukan praktek membuat konten sesuai arahan pemateri dan didampingi oleh panitia dari mahasiswa.

Tahapan ketiga adalah evaluasi. Di sini panitia bersama pemateri memeriksa dan menilai hasil karya konten yang sudah dibuat oleh peserta. Di tahapan ini juga memastikan sejauhmana materi yang dipaparkan terdahulu dapat dipraktekan langsung pada saat pembuatan konten video Tiktok.

4. Pembahasan

Pelatihan pembuatan konten media sosial Tiktok bagi pelajar SMA dan SMK di wilayah provinsi Banten ini terlaksana pada Sabtu, 25 November 2023 di Aula Serbaguna kampus III Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya. Peserta yang hadir pada pelatihan ini mencapai 90 orang pelajar SMA dan SMK. Setelah acara pembukaan, influencer Tiktok Farhan Muhammad sebagai narasumber memaparkan materi tentang bagaimana menjadi seorang content creator di Tiktok.

Gambar 3. Materi Pelatihan Pembuatan Konten Tiktok

Farhan Muhammad menjelaskan materinya sekaligus praktek membuat content Tiktok selama pemaparan materinya. Mulai dari konsep awal, pengambilan gambar video, dan hingga tahapan video editing. Dengan cara seperti ini, peserta langsung dapat memahami proses pembuatan konten secara lengkap dan jelas. Peserta juga langsung diminta untuk

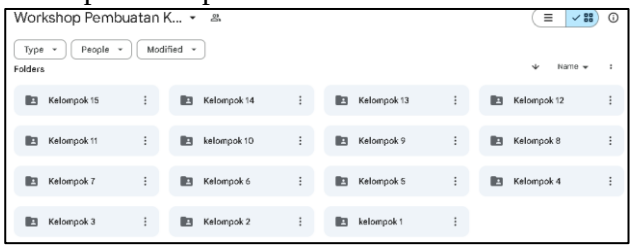
merekam video acara pelatihan menggunakan handphone masing-masing dan praktek singkat mengedit video yang baik juga langsung dari aplikasi editing berbasis mobile seperti aplikasi capcut dan lainnya.

Gambar 4. Penyampaian Materi Pelatihan oleh Narasumber Farhan Muhammad

Setelah pemaparan materi dan praktek singkat, peserta dibagi ke dalam 15 kelompok dan mulai mempraktekan materi yang dipelajari terlebih dahulu dalam bentuk pembuatan konten yang lengkap. Mereka berdiskusi tentang konsep konten, melakukan pengambilan gambar, dan editing.

Gambar 5. Praktek Pembuatan Konten Tiktok

Hasil seluruh rangkaian proses pembuatan konten dikumpulkan ke google drive yang telah disiapkan oleh panitia untuk selanjutnya diperlihatkan dan dinilai. Sebanyak 15 video konten hasil praktek secara berkelompok ini dikumpulkan tepat waktu.



Gambar 6. Hasil Pengumpulan Konten Tiktok dari Peserta

Setelah dilakukan penilaian oleh narasumber, panitia memberikan apresiasi dalam bentuk hadiah bagi para pembuat konten terbaik. Hadiah sebagai bentuk apresiasi ini diharapkan memotivasi setiap peserta pelatihan untuk terus meningkatkan kemampuan dan keterampilannya dalam membuat konten yang baik.

Gambar 7. Pemberian Hadiah bagi Peserta dengan Konten Terbaik

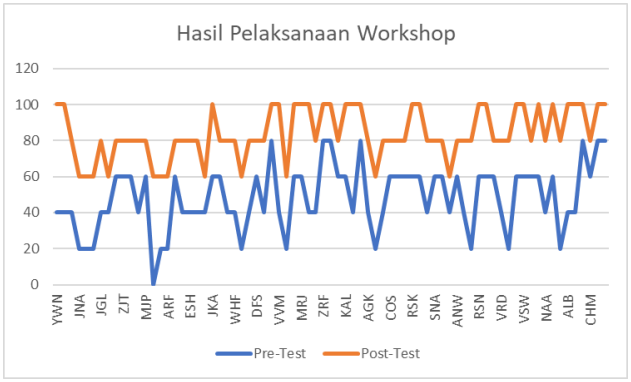
Pada saat pelaksanaan pelatihan ini, peserta juga mengerjakan soal-soal *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelaksanaan pelatihan pembuatan konten media sosial Tiktok ini. Dari 90 orang yang hadir terdapat 75 orang peserta yang secara lengkap mengerjakan *pre-test* dan *post-test*. Hasil nilai *pre-test* dan *post-test* dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Rekap Nilai Pre-Test dan Post-Test

No	Nama	Pre-Test	Post-Test
1	YWN	40	100
2	FGD	40	100
3	MAB	40	80
4	JNA	20	60
5	YSS	20	60
6	AIL	20	60
7	JGL	40	80
8	DWS	40	60
9	KCS	60	80
10	ZJT	60	80
11	SVG	60	80
12	FHI	40	80
13	MJP	60	80
14	YSA	0	60
15	JEP	20	60
16	ARF	20	60
17	WWJ	60	80
18	DFA	40	80
19	ESH	40	80
20	SML	40	80
21	JMA	40	60
22	JKA	60	100
23	IDC	60	80
24	HKF	40	80

25	WHF	40	80
26	RFK	20	60
27	CHE	40	80
28	DFS	60	80
29	SZH	40	80
30	FAL	80	100
31	VVM	40	100
32	ASA	20	60
33	KHS	60	100
34	MRJ	60	100
35	DBN	40	100
36	ANR	40	80
37	ZRF	80	100
38	SAR	80	100
39	MRE	60	80
40	KAL	60	100
41	EAS	40	100
42	STN	80	100
43	AGK	40	80
44	JKH	20	60
45	AOA	40	80
46	COS	60	80
47	BJO	60	80
48	BCR	60	80
49	RSK	60	100
50	APR	60	100
51	NOD	40	80
52	SNA	60	80
53	ERJ	60	80
54	RAL	40	60
55	ANW	60	80
56	SAA	40	80
57	DLS	20	80
58	RSN	60	100
59	EFW	60	100
60	DOP	60	80
61	VRD	40	80
62	MAF	20	80
63	AMP	60	100
64	VSW	60	100
65	RAM	60	80
66	MSD	60	100
67	NAA	40	80
68	ATS	60	100
69	RRT	20	80
70	ALB	40	100
71	MJH	40	100
72	DBN	80	100
73	CHM	60	80
74	SLP	80	100
75	SIT	80	100
Rata-Rata		48	83,73

Pada tabel 1 di atas memperlihatkan terjadi peningkatan yang signifikan sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan pembuatan konten media sosial Tiktok. Nilai rata-rata *pre-test* sebesar 48, sedangkan nilai rata-rata *post-test* sebesar 83,73 sehingga dapat dihitung bahwa terjadi peningkatan pengetahuan peserta pelatihan sebesar 74,4 %. Peningkatan pengetahuan peserta ini juga dapat ditampilkan dalam bentuk grafik di bawah ini.



Gambar 8. Grafik Nilai Pre-Test dan Post-Test

Pada gambar 8 di atas terlihat dengan sangat jelas bahwa grafik nilai post-test berada di atas grafik nilai pre-test. Ini menunjukan bahwa semua peserta yang sebelumnya baru sebatas pengguna media sosial Tiktok mendapatkan pengetahun baru untuk meningkatkan produktivitasnya di Tiktok sebagai pembuat konten (*content creator*).

5. Kesimpulan

Pelatihan pembuatan konten media sosial Tiktok bagi pelajar SMA dan SMK di wilayah provinsi Banten ini berhasil dilaksanakan dengan baik, dengan menghadirkan narsumber influencer Tiktok Farhan Muhammad. Rata-rata peserta yang mengikuti pelatihan ini mengalami peningkatan pengetahuan sebesar 74,4 % dan mampu menerapkan pengetahuannya saat praktek membuat konten media sosial Tiktok. Diharapkan setelah pelatihan ini, peserta dapat mengembangkan akun media sosial Tiktok masing-masing untuk semakin produktif dengan membuat konten positif dan bermanfaat.

6. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya disampaikan kepada Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya atas supportnya melalui Biro Marketing Atma Jaya dalam mendukung pembiayaan pelaksanaan pelatihan ini.

7. Daftar Pustaka

[1] Fathiyah, F. (2023). TikTok dan Kebebasan Berekspresi Di Ruang Digital Bagi Generasi Z. *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, *6*(1), 166-177.

[2] Rahima, P., & Rismayati, R. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi Perpajakan Secara Digital (KP2KP Gerung Lombok Barat). *Bakti Sekawan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 6-11.

[3] Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, *11*(1), 291-296.

[4] Afiah, N., Hasan, M., Ratnah, S., & Arisah, N. (2022). Analisis Pemanfaatan Aplikasi TikTok dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Sektor Kuliner di Kota Makassar. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, *8*(4), 1257-1266.

[5] Dwiyanti, S. A. I., & Fitri, A. I. (2021). Efektivitas Media Tiktok Dan Influencer Mendongkrak Penjualan Lippie Serum Raecca Dipandemi Covid19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis (EK dan BI)*, *4*(1), 345-353.

[6] Wahyuni, R. S., Rahayu, F., & Kristuang, R. (2023). Anteseden dan Konsekuensi dari Parasocial Interaction oleh Local Food Influencer di Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *7*(3), 29035-29040.

[7] Sabila, A., & Zuhri, S. (2021). Potret Hedonisme Dalam Tiktok (Analisis Khalayak Pada TikTok Sisca Kohl di Kalangan Remaja Kota Surabaya). *PROMEDIA (PUBLIC RELATION DAN MEDIA KOMUNIKASI)*, *7*(2).

[8] Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *3*(1), 18-29.

[9] Misder, M., & Julianto, J. (2023). Dampak TiKTok dalam Mempengaruhi Generasi Muda. *Jurnal Teknologi Informasi*, *9*(1), 79-87.

[10] Putri, Y. M. A., Azahra, P. F., Sinaga, E. M., & Prawitri, A. L. (2023). Cyberbullying di media sosial tiktok terhadap remaja sekolah menengah pertama. *Jurnal Common*, *7*(1), 33-44.