

## **Pelatihan Conten Cretaor Pemula Dalam Memasuki Indsutri Konten Digital**

**Roy Tumpal Pakpahan**

Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Jakarta  
Jl. Hang Lekir I No. 8 Gelora, Tanah Abang, Jakarta Pusat 10270.

\*Email Korespondensi: [roy.tumpal@gmail.com](mailto:roy.tumpal@gmail.com)

---

**Abstarct** – Content creator training is a new field for the digital industry. Knowledge and skills need to be honed and developed with parties who have access to the digital industry. This condition encouraged the FIKOM Presentation Team of Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama) in collaboration with online media Law-Justice. Co to provide training for aspiring content creators, especially students who have just graduated from college. Not only related to writing tasks, but these soft skills can help them at a higher level. When they become journalists or reporters who work professionally, they will have the knowledge and ability to write because they are used to it. Being able to write articles or related assignments will familiarize them with their own work and keep them away from plagiarism or pirating other people's work in the future. The team from FIKOM Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama) and the Law-Justice. co team also provided assistance for 3 months since the training was conducted.

**Keyword:** Conten Creator, digital indusry, online media, Law-Justice.co

**Abstrak** – Pelatihan content creator menjadi ladang baru bagi dunia industri digital. Pengetahuan dan kemampuan perlu diasah dan dikembangkan dengan pihak-pihak yang punya akses dengan industri digital. Kondisi ini mendorong Tim Pemateri FIKOM Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama) bekerjasama dengan media online Law-Justice. Co untuk memberi pelatihan bagi calon content creator pemula, khususnya mahasiswa yang baru lulus dari bangku kuliah. Bukan hanya terkait dengan tugas-tugas menulis saja, namun kemampuan soft skill tersebut bisa membantu mereka pada jenjang yang lebih tinggi. Ketika mereka menjadi jurnalis atau wartawan yang bekerja secara profesional, maka akan punya bekal pengetahuan dan kemampuan menulis karena sudah terbiasa. Sebab, bisa menulis artikel atau tugas-tugas yang terkait akan membiasakan mereka menulis dengan karya sendiri dan menjauhkan mereka dari tindakan plagiat atau membajak karya orang lain di kemudian hari. Tim dari FIKOM Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama) dan Tim Law-Justice.co juga melakukan pendampingan selama 3 bulan sejak pelatihan ini dilakukan.

**Kata kunci:** Conten Creator, industri digital, media online, Law-Justice.co

---

### **PENDAHULUAN**

Industri konten digital telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, menciptakan permintaan yang tinggi untuk konten yang unik dan berkualitas. Pelatihan conten creator menjadi semakin penting sebagai upaya untuk mempersiapkan individu yang ingin sukses dalam industri ini.

Pelatihan content creator dapat membantu individu mengembangkan berbagai keterampilan yang diperlukan untuk membuat konten yang berkualitas, seperti: Perencanaan dan pengembangan ide: Content creator perlu mampu menghasilkan ide-ide kreatif yang menarik untuk audiens.

Konten kreator merupakan sebuah profesi baru yang muncul sebagai konsekuensi dari kecanggihan teknologi yang saat ini telah berkembang pesat. Konten kreator secara harafiah disebut sebagai orang yang memproduksi sebuah konten di platform digital. Produksi konten yang dilakukan oleh konten kreator ada yang memang dimaksudkan sebagai branding sebuah produk, tuntutan profesi, maupun sekedar menjaga eksistensi diri.(Kusuma & Prabayanti, 2022)

Dalam konteks ini, pembelajaran menulis artikel bagi para *content creator* (pemula), merupakan salah satu metode strategis dalam memperkenalkan, mengasah dan sekaligus meningkatkan kemampuan menulis. Semakin awal mereka memiliki kemampuan menulis khususnya menulis artikel dan mengedit tulisan, maka semakin besar keberhasilan mereka mengerjakan berbagai tugas penulisan dengan baik sesuai standar penulisan saat bekerja.

*Content creator* adalah individu yang membuat dan membagikan konten kreatif, seperti video, gambar, tulisan, atau audio, melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, blog, atau website. Konten kreatif dapat digunakan untuk berbagai tujuan, seperti untuk menghibur, mendidik, menginspirasi, atau mempromosikan produk atau layanan. (Livingstone et al., 2017)

Pelatihan ini tidak hanya membantu dalam mengasah keterampilan kreatif, tetapi juga membantu dalam membangun jaringan yang kuat dalam industri. Hal ini dimaksudkan untuk menambah keterampilan bagi calon-calon konten creator.

Bukan hanya terkait dengan tugas-tugas menulis saja, namun kemampuan soft skill tersebut bisa membantu mereka pada jenjang yang lebih tinggi. Ketika mereka menjadi jurnalis atau wartawan yang bekerja secara profesional, maka akan punya bekal pengetahuan dan kemampuan menulis karena sudah terbiasa. Sebab, bisa menulis artikel atau tugas-tugas yang terkait akan membiasakan mereka menulis dengan karya sendiri dan menjauhkan mereka dari tindakan plagiat atau membajak karya orang lain di kemudian hari.

Pada dasarnya, menulis adalah kemampuan seseorang untuk menuangkan ide, pendapat atau gagasan dan pemikirannya ke dalam sebuah tulisan. Hanya saja kemampuan menulis tidak dimiliki setiap orang secara alamiah. Harus dilatih dan diasah melalui sebuah proses pembelajaran atau pelatihan tertentu. Fungsinya agar seseorang mampu mendalami secara terpol dan tersistematis dalam menuangkan ide dan gagasannya tersebut. Hasil sebuah tulisan yang baik, bukan hanya dapat bermanfaat bagi penulisnya namun sekaligus juga bermanfaat bagi pembacanya.

Tren profesi sebagai konten kreator mengalami lonjakan pada masa pandemi. Hal ini sebagaimana data dari SociaBuzz yang merupakan influencer marketing platform bahwa peningkatan pendaftaran sebagai konten kreator meningkat hingga tiga kali lipat di platform SociaBuzz. Dari 2552 user sebelum pandemi, meningkat menjadi 7730 per bulan setelah pandemi. Peningkatan tertinggi berasal dari segmen Gen Z yang mencapai 51,56%, Millenials (Gen Y) 45,93%, sedangkan Gen Z hanya 2,51%. Dengan 5 kategori konten terbanyak adalah lifestyle, fashion, beauty, travel, serta F&B. (Wulandari, 2020)

Salah satu media yang melakukan pelatihan konten creator bagi pemula dilakukan media online Law-Justice.co, sebagai media yang memberitakan masalah hukum di Indonesia bekerjasama dengan FIKOM Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama) mengadakan pelatihan menulis bagi *content creator* pemula.

Pemateri dari FIKOM Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama) menyadari bahwa menjadi konten creator dapat menjadi pekerjaan yang dapat menghasilkan sehingga menjadi profesi. Pendapat ini diperkuat yang menyatakan bahwa menjadi konten kreator profesional berarti mencoba mencari nafkah dengan membuat konten terus-menerus di berbagai platform, belajar bagaimana berhadapan dengan perubahan konfigurasi teknis baru dan algoritma sosial media, serta memperkenalkan identitas diri sebagai bagian dari arus tren utama yang saat ini sedang digandrungi oleh masyarakat (Arriagada, A., & Ibáñez, 2020).

*Content creator* merupakan profesi yang muncul sebagai produk teknologi yang sedang berkembang. Siapa saja bisa menjadi konten kreator, persoalannya kemudian adalah bagaimana sang konten kreator bisa mengkomunikasikan pesan kepada publik dengan baik. Baik pada media mainstream dan media sosial, perlu ada strategi yang dilakukan sehingga konten yang

diunggah dapat berimbas positif pada peningkatan jumlah engagement ataupun follower akun di sosial media dan pembaca pada media online.

Industri konten digital telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, menciptakan permintaan yang tinggi untuk konten yang unik dan berkualitas. Pelatihan konten kreatif menjadi semakin penting sebagai upaya untuk mempersiapkan individu yang ingin sukses dalam industri ini. Pelatihan ini tidak hanya membantu dalam mengasah keterampilan kreatif, tetapi juga membantu dalam membangun jaringan yang kuat dalam industri. Namun, sedikit penelitian yang menginvestigasi dampak pelatihan konten kreatif terhadap pengembangan kemampuan dan jaringan profesional individu. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini. (Yuniarti, Y., Aziz, M., & Gani, 2024)

Dengan kondisi seperti inilah maka Pemateri dari FIKOM Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama) bekerja sama dengan Media Law-Justice.co mengambil bagian untuk membekali *content creator* pemula sehingga secara praktek dapat diterapkan, sementara pihak Pemateri FIKOM Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama) memberi pemahaman teori sehingga insitusi Pendidikan dan industri media saling bekerjasama sehingga terjalin kolaborasi dalam pembekalan pengetahuan dan praktek para *content creator* pemula ini.

Tujuan dari pelatihan ini Pelatihan *content creator* dapat membantu individu mengembangkan berbagai keterampilan yang diperlukan untuk membuat konten yang berkualitas, seperti: 1) Perencanaan dan pengembangan ide: *Content creator* perlu mampu menghasilkan ide-ide kreatif yang menarik untuk audiens, 2) Produksi konten: *Content creator* perlu memiliki keterampilan teknis untuk memproduksi konten berkualitas tinggi, termasuk keterampilan videografi, fotografi, desain grafis, atau penulisan, 3) Editing dan post-production: *Content creator* perlu mampu mengedit dan menyempurnakan konten mereka agar terlihat profesional dan menarik, 4) Pemasaran dan distribusi: *Content creator* perlu memahami cara memasarkan dan mendistribusikan konten mereka kepada audiens yang tepat, 5) Engagement dengan audiens: *Content creator* perlu mampu membangun hubungan dengan audiens mereka dan menanggapi komentar dan pertanyaan mereka.

## METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan dilakukan selama 2 hari pada 28-29 Juni 2024 secara online dan offline, tetapi pendampingan bagi calon *content creator* tetap dilakukan selama 3 bulan. Bentuk pelaksanaan sebagai berikut:

Kegiatan	Tujuan
Workshop	Workshop adalah metode pelatihan yang berfokus pada pembelajaran praktis. Dalam workshop, peserta akan belajar dan mempraktikkan berbagai keterampilan yang diperlukan untuk membuat konten.
Diskusi	Diskusi adalah metode pelatihan yang berfokus pada penyampaian informasi. Dalam diskusi, peserta akan mendengarkan pembicara yang membahas berbagai topik terkait dengan pembuatan konten dan tanya jawab.
Kelas online	Latihan online memungkinkan peserta untuk belajar dari mana saja dan kapan saja. latihan online dapat berupa video, podcast, atau teks.

Mentoring/Pendampingan	Mentoring/pendampingan adalah metode pelatihan di mana seorang <i>content creator</i> yang berpengalaman membimbing seorang <i>content creator</i> yang baru memulai.
------------------------	---

## HASIL PENEMUAN DAN DISKUSI

Sebelum dimulai kegiatan simulasi diawali dengan ceramah materi tentang konsep *content creator* digital, artikel dan pembuatan grafis serta video. Pengenalan digunakan untuk membantu peserta memahami teori dari pengelolaan industri digital yang dapat berdampak pada praktek. Selanjutnya pemateri memberikan simulasi yang diikuti oleh peserta dengan menggunakan perangkat elektronik yang dimiliki oleh masing-masing peserta. Peserta juga dibekali dengan bahan ajar yang berisi langkah-langkah dalam pembuatan video marketing untuk memudahkan proses praktik.

Hasil praktik peserta berupa artikel, grafis/video kemudian di posting di masing-masing akun social media peserta dan perusahaan. Setelah simulasi kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab sehingga pemateri dan peserta sehingga terjalin komunikasi efektif dalam pelatihan tersebut. Kegiatan dilaksanakan dalam 2 hari dengan durasi pelatihan adalah tiga jam yang terdiri dari: 40 menit pemaparan materi; 120 menit untuk pelatihan (simulasi, diskusi, tanya jawab); dan 20 menit untuk evaluasi keseluruhan.

Tim Pamateri dari FIKOM Univ. Prof. Dr. Moestopo (Beragama) dan Media Law-Justice.co memberikan materi secara bersamaan sesuai dengan kesepakatan dan time line yang ditentukan. Tim Pamateri memberi materi terkait dengan:

### 1. Mengenal Profesi Content Creator

Pada bagian ini dijelaskan bahwa *content creator* adalah sebuah profesi yang membuat suatu konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten-konten tersebut dibuat untuk media, terutama media digital seperti, Youtube, Snapchat, Instagram, WordPress, Blogger, dan Website. Saat ini *content creator* tidak sekedar menampilkan gambar dan suara saja, karena kebanyakan konten berupa berita, tutorial, update dan sebagainya, masih melalui tulisan, yang selanjutnya akan diproses kembali menjadi sebuah video.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa *content creator* adalah profesi yang membuat suatu konten bisa berupa tulisan maupun video yang platformnya media internet.

### 2. Mengetahui Langkah-langkah pembuatan konten

Pada bagian ini dijelaskan, terdapat 8 langkah-langkah dalam perencanaan pembuatan konten, meliputi: (1) Menetapkan Tujuan. Diperlukannya tujuan yang bulat tentang konten apa yang akan dibuat; (2) Pemetaan Target Pasar. Penentuan target pasar dan segmentasi pasar sangat diperlukan agar dapat memberikan kejelasan mengenai individu atau kelompok yang akan sasar; (3) Perencanaan Konten. Melakukan perencanaan dengan tepat terkait gagasan konten apa yang akan diciptakan dalam media sosial; (4) Penciptaan Konten. Ide dalam pembentukan konten yang menarik sehingga memiliki nilai jual di pasar yang tinggi; (5) Distribusi Konten. Memperkenalkan konten yang sudah dibuat kepada media sosial; (6) Penguatan Konten. Tahap ini dibutuhkan untuk dapat mencapai orang – orang yang berpengaruh dalam kelompok tertentu; (7) Evaluasi Konten. Evaluasi pemasaran konten sangat penting dalam mengamati secara langsung terkait performa konten setelah berhasil ditayangkan; (8) Perbaikan Pemasaran Konten. Pelacakan performa konten dilakukan sebagai dasar dalam

menganalisa dan mengidentifikasi peluang agar dapat memperbaiki konten untuk selanjutnya (Wijaya et al., 2022).

3. Menyusun dan membuat konten artikel

Pada bagian ini dijelaskan Membuat rencana konten adalah langkah pertama yang perlu dilakukan untuk membuat konten artikel yang berkualitas. Dalam tahap ini, Anda perlu mempertimbangkan beberapa hal penting untuk membuat rencana konten Anda dapat berjalan efektif dan memberikan hasil yang maksimal.

Beberapa hal yang perlu pertimbangan untuk membuat rencana konten adalah sebagai berikut:

A. Memahami Target Audiens

B. Menentukan Tujuan dan Pesan yang Ingin Disampaikan

C. Gunakan Judul yang Relevan dan Menarik

4. Menyusun dan Membuat konten visual/grafis

Pada bagian ini dijelaskan konten visual/ grafis dapat membantu para *content creator* agar desain yang mereka buat menjadi lebih menarik. Konten visual/grafis atau rancang grafis adalah proses komunikasi menggunakan elemen visual, seperti tipografi, fotografi, serta ilustrasi yang dimaksudkan untuk menciptakan persepsi akan suatu pesan yang disampaikan. Bidang ini melibatkan proses komunikasi visual dan desain komunikasi.

Konten visual/grafis memiliki beberapa fungsi, yaitu sebagai berikut:

1. Sebagai penyampai pesan lewat visual agar lebih mudah dibaca.
2. Mendesain bukan hanya menggambar atau mendekorasi, namun ada kandungan komunikasi di dalamnya.
3. Desain komunikasi visual mengharuskan *content creator* untuk tidak hanya memahami bagaimana cara membuat grafis, tetapi juga memahami konteks yang akan diolah.
4. Desain boleh saja “wah”, tetapi jika tidak ada makna dan pesan yang bisa langsung tersampaikan, maka hasilnya akan percuma.

5. Menyusun dan membuat konten video

Pada bagian ini dijelaskan bahwa Konten adalah informasi atau pengalaman yang disajikan melalui berbagai media dan format untuk menyampaikan pesan, mengedukasi, menghibur, atau menginformasikan audiens. Konten dapat berupa teks, gambar, audio, video, atau kombinasi dari berbagai format tersebut. Di dunia digital dan media sosial, konten menjadi elemen kunci dalam menarik perhatian, membangun hubungan dengan audiens, dan mencapai berbagai tujuan pemasaran atau komunikasi.

1. Gambar

- Foto: Gambar statis yang digunakan untuk menceritakan sebuah cerita atau menunjukkan produk.
- Ilustrasi dan Grafik: Gambar yang dirancang untuk menjelaskan konsep atau data secara visual.
- Meme: Gambar dengan teks humoris yang sering kali menjadi viral.

2. Video

- Video Tutorial: Panduan langkah demi langkah tentang cara melakukan sesuatu.
- Vlog: Video blog yang berisi rekaman harian atau ulasan.
- Live Streaming: Siaran langsung yang memungkinkan interaksi waktu nyata dengan audiens.

3. Audio

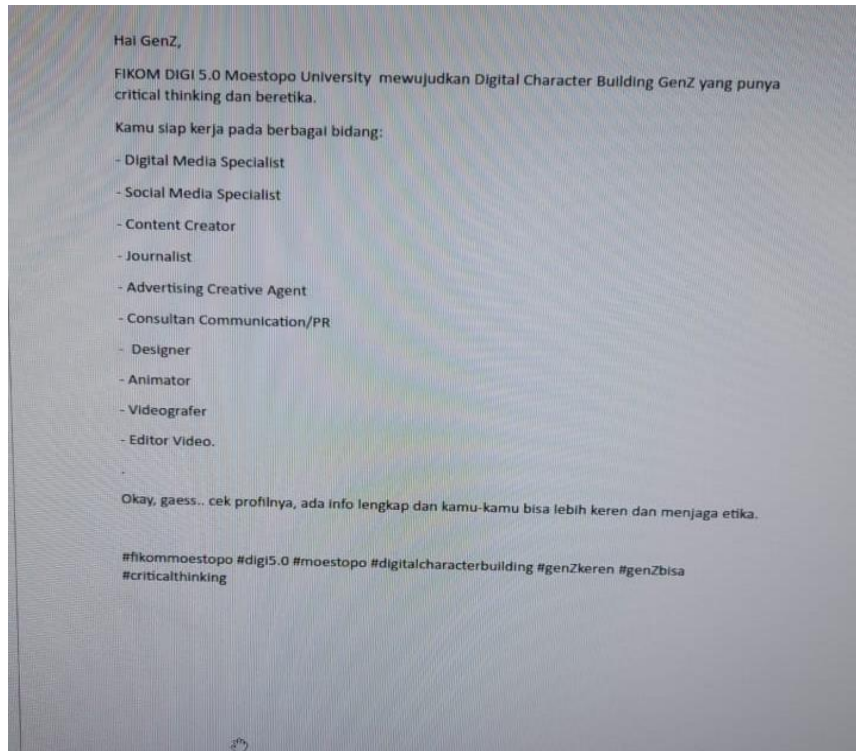
- Podcast: Seri audio yang sering kali berupa diskusi atau wawancara tentang topik tertentu.
- Audiobook: Buku yang dibacakan dan dapat didengarkan.

4. Infografis

- Kombinasi dari teks dan gambar yang digunakan untuk menyajikan data atau informasi secara ringkas dan menarik.



**Gambar 1. Pemaparan teori secara online**  
**Sumber: Tim Pemateri, 2024**



**Gambar 2. Pembuatan Caption**  
**Sumber: Tim Pemateri, 2024**



**Gambar 3. Pembuatan Konten Desain/Grafis**  
**Sumber: Tim Pemateri, 2024**





**Gambar 4. Pembuatan Konten Video**  
**Sumber: Tim Pemateri, 2024**

Hasil pengabdian Masyarakat ini menunjukkan bahwa pelatihan *conten creator* memberikan dampak positif pada pengembangan kemampuan peserta. Peserta melaporkan peningkatan dalam keterampilan seperti penulisan, editing, dan desain grafis, yang semuanya esensial dalam produksi konten yang berkualitas. Selain itu, pelatihan juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperluas jaringan profesional mereka. Peserta melaporkan bahwa mereka dapat terhubung dengan profesional lain dalam industri, yang membuka pintu untuk kolaborasi dan kesempatan bisnis baru.

## **SIMPULAN**

Banyak peserta yang sudah cakap dalam membuat konten secara menarik dan estetik untuk ditampilkan, namun, masih banyak peserta yang belum memahami karakteristik masing-masing media sosial yang mereka ingin tuju sebagai media distribusi konten. Akibatnya,



beberapa peserta pelatihan abdimas hanya memproduksi konten untuk dinikmati oleh dirinya sendiri, tidak didistribusikan kepada khalayak media.

Conten creator masih dianggap sebagai sebuah pekerjaan “iseng” saja, namun tidak ditekuni secara profesional dan menjadi salah satu profesi yang ingin mereka tekuni di era digital saat ini. Peserta masih tergolong “tidak percaya diri” untuk menayangkan konten-konten yang telah mereka produksi dikarenakan masih tidak yakin dengan hasilnya,

Secara umum, program pengabdian masyarakat ini memiliki beberapa kesimpulan yakni masih minimnya pengetahuan secara umum peserta mengenai peluang karir menjadi seorang *content creator*. Peserta masih memiliki pandangan bahwa *content creator* adalah sebuah hobi dan bukan merupakan profesi yang patut untuk di tekuni dan dijalani oleh individual. Akibatnya, tidak percaya diri untuk mengembangkan dirinya menjadi seorang *content creator*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arriagada, A., & Ibáñez, F. (2020). “You Need At Least One Picture Daily, if Not, You’re Dead”: Content Creators and Platform Evolution in the Social Media Ecology. *Social Media and Society*, 6(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/2056305120944624>
- Kusuma, Y., & Prabayanti, H. R. (2022). Content Creator Yang Berkarakter Berdasarkan Analisis Video YOUTUBE Ningsih Tinampi. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 21(2), 210–225. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/wacana.v21i2.2111>
- Livingstone, S., Helsper, E. J., Ólafsson, K., & Lupiáñez-Villanueva, F. (2017). Maximizing Opportunities and Minimizing Risks for Children Online: The Role of Digital Skills in Emerging Strategies of Parental Mediation. *Journal of Communication*, 67(1), 82–105. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/jcom.12277>
- Wijaya, A., Khudori, A. N., Jamaludin, Tarecha, R. I., Fauziah, Grace, E., Silitonga, H. P., Amna, Wardhana, A., Umiyati, H., Abidin, N., & Harto, B. (2022). *The Art Of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Wulandari, D. (2020). *Content Creator Melonjak Selama Pandemi, Samsung Gelar “Galaxy Creator Workshop”*. Marcomm. Online Magazine - Mixx. <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/content-creator-melonjak-selama-pandemi-samsung-gelar-galaxy-creator-workshop/>
- Yuniarti, Y., Aziz, M., & Gani, H. A. (2024). The Impact of Creative Content on Digital Marketing Effectiveness: A Comprehensive Analysis. *International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM)*, 12(03), 6179–6193. <https://doi.org/https://doi.org/10.18535/ijssrm/v12i03.em19>