



Optimalisasi Kreativitas Sosial Media Dengan Pelatihan Content Creator

¹Ainin Bashiroh, ²Muhammad Mutammam Musthofa, ³Indrika Dwi
Febianti, ⁴Nola Riwiwono, ⁵Wulan Zuni Anggraeni Kusuma

¹Architecture Department, Faculty of Engineering, Institut Teknologi dan Bisnis
Ahmad Dahlan. Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 41, Lamongan, Indonesia. Postal code:
62214

*Corresponding Author e-mail: aininbashirah@gmail.com

Received: October 2023; Revised: November 2023; Published: November 2023

Abstrak: Perkembangan pesat media sosial telah membawa dampak signifikan terhadap perannya sendiri. Media sosial kini berperan sebagai platform serba guna, karena memungkinkan setiap individu untuk menyampaikan ide dan pendapat mereka tanpa ada kendala geografis. Salah satu potensi yang dimiliki media sosial saat ini adalah menjadi wadah bagi para pembuat konten yang dikenal sebagai content creator. Namun, untuk menjadi seorang content creator yang sukses, banyak aspek yang harus dipertimbangkan agar bisa menarik perhatian penonton. Oleh karena itu, kegiatan pelatihan content creator menjadi langkah yang penting untuk meningkatkan pemahaman luas masyarakat. Kegiatan ini bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas agar konten yang dihasilkan dapat disaksikan oleh banyak orang. Pelatihan ini diadakan dalam bentuk kerja sama komunitas di Desa Medali, Kecamatan Puri, Kabupaten Mojokerto, bekerjasama dengan lembaga Balai Latihan Kerja Komunitas Al-Muaawanah. Harapannya, peserta pelatihan akan memiliki keterampilan dan daya saing yang memadai untuk berkarir di bidang content creator atau periklanan. Kegiatan ini melibatkan Lembaga Balai Latihan Kerja Al-Muaawanah sebagai mitra utama. Metode yang digunakan adalah pelatihan selama lima hari yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman mengenai konten kreator, perencanaan konten, konsep konten, produksi, dan pengeditan konten sehingga peserta dapat mencapai tahap publikasi yang efektif. Kegiatan ini dapat menjadi modal bagi peserta untuk mengembangkan bakat mereka dalam bidang content creator dan membuka peluang untuk mendapatkan penghasilan serta bersaing di pasar kerja.

Kata Kunci: Content creator, Pelatihan, Social Media

Optimizing Social Media Creativity With Content Creator Training

Abstract: The rapid development of social media has had a significant impact on its role. Social media now acts as a multi-purpose platform, because it allows every individual to convey their ideas and opinions without any geographical constraints. One of the potentials that social media currently has is to become a forum for content creators who are known as content creators. However, to become a successful content creator, there are many aspects that must be considered in order to attract the attention of the audience. Therefore, content creator training activities are an important step to increase broad public understanding. This activity aims to optimize creativity so that the resulting content can be seen by many people. This training was held in the form of community collaboration in Medali Village, Puri District, Mojokerto Regency, in collaboration with the Al-Muaawanah Community Job Training Center. The hope is that training participants will have sufficient skills and competitiveness to pursue a career in the field of content creation or advertising. This activity involves the Al-Muaawanah Job Training Center Institute as the main partner. The method used is five-day training which aims to increase understanding of content creators, content planning, content concepts, production and content editing so that participants can reach the effective publication stage. This activity can provide capital for participants to develop their talents in the field of content creation and open up opportunities to earn income and compete in the job market.

Keywords: Content creator Social Media, Training

How to Cite: Ainin, A., Mushtofa, M. M., Febianti, I. D., Riwiwono, N., & Kusuma, W. Z. A. (2023). Optimalisasi Kreativitas Sosial Media Dengan Pelatihan Content Creator. *Sasambo: Jurnal Abdimas (Journal of Community Service)*, 5(4), 919–930. <https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i4.1732>



<https://doi.org/10.36312/sasambo.v5i4.1732>

Copyright©2023, Bashiroh et al

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



PENDAHULUAN

Saat ini sosial media telah banyak merubah dunia. Hampir keseluruhan masyarakat saat ini mengenal dunia media sosial. Seiring perkembangan zaman, kehadiran media sosial semakin beragam dan berkembang. Maraknya era digital saat ini tercermin dari perubahan paradigma Masyarakat dalam hal komunikasi, bekerja, dan melaksanakan tugas. Pepatah yang mengatakan “menjauhkan yang dekat, mendekatkan yang jauh” membuat Masyarakat antusias untuk menggunakan saluran komunikasi yang sederhana dan efektif seperti sosial media (Alyatalatthaf, 2021). Media sosial saat ini telah berhasil memutarbalikkan banyak pemikiran dan teori yang dimiliki (Watie, 2016). Jejaring sosial media telah menjadi suatu wadah untuk melebur semua tingkatan komunikasi. Hal yang perlu diwaspadai adalah konsekuensi yang muncul karena sosial media semakin membuka kesempatan tiap individu masyarakat untuk bebas mengungkapkan pendapat dengan kreativitas yang bermacam-macam.

Namun dengan maraknya media sosial juga menjadi peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan kreativitas individu dengan mencoba belajar menjadi pembuat konten atau yang biasa dikenal sebagai *content creator*. Menurut (Sosro dkk., 2023). Terdapat bermacam macam aplikasi sosial media yang sedang berkembang pesat seperti Tik Tok, Instagram dan Youtube. Aplikasi tersebut tidak hanya digunakan untuk berbagi momen keseharian melalui gambar dan video, namun juga memiliki keuntungan untuk bisa menghasilkan melalui adsense. Sehingga, adanya sosial media dalam era saat ini dapat bermanfaat baik bagi masyarakat untuk brand suatu iklan maupun pengembangan soft skill serta kreativitas (Majid dkk., 2022).

Seiring dengan berkembangnya sosial media beriringan pula dengan berkembangnya kreativitas masyarakat untuk membuat sebuah konten. *Content creator* menjadi fokus baru dalam dunia ekonomi yang saat ini menjadi fokus pemerintah Indonesia melalui ekonomi kreatif (Wijoyo & Anitasari, 2021).

Hadirnya internet saat ini menjadi salah satu kemajuan dalam berbagai hal yang akan memudahkan kehidupan sehari-hari bagi semua orang di masa mendatang. Dengan bantuan internet, orang-orang saat ini memiliki akses mudah ke semua informasi dari mana saja di dunia, mereka dapat berkomunikasi tanpa batasan waktu dan tempat, transfer uang difasilitasi sebagai hiburan, dan Internet menawarkan banyak keuntungan lainnya.

Desa Medali merupakan salah satu desa di Kabupaten Mojokerto yang telah menciptakan iklim industri rumah tangga berupa ratusan UMKM alas kaki baik sandal maupun Sepatu. Kepala Desa Medali mengatakan bahwa setiap hari desa Medali dapat memproduksi ribuan pasang alas kaki

(Hermansyah, 2022). Namun, penyaluran alas kaki di Desa Medali kurang maksimal dikarenakan menurunnya angka penjualan Sepatu dan sandal setelah pasca covid. Selama ini, Masyarakat desa Medali hanya menjadi pemasok Sepatu dan sandal ke Perusahaan ataupun pedagang besar. Oleh karena itu, dengan adanya Pelatihan *Content creator* yang diadakan oleh Balai Latihan Kerja Al-Muaawanah dapat memberikan kreativitas masyarakat dalam sosial media sehingga Masyarakat Desa Medali dapat mandiri dalam memperdagangkan produk-produk UMKM yang dihasilkan.

METODE PELAKSANAAN

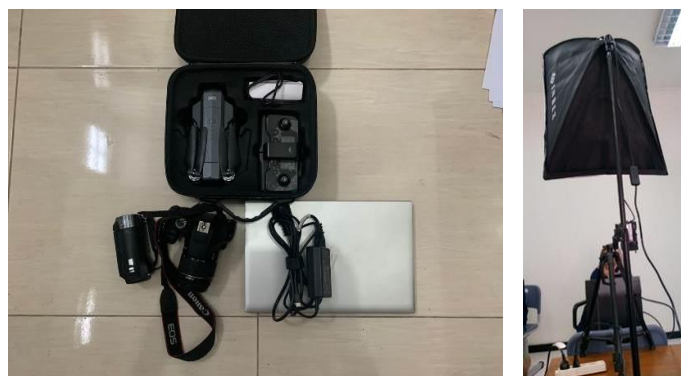
Metode yang dilakukan dalam kegiatan PKM ini adalah metode Pelatihan yang mana dengan memberikan materi dalam pelatihan kepada peserta pelatihan di BLK AL Muaawanah yang meliputi Masyarakat sekitar Desa Medali, Kabupaten Mojokerto. Pelatihan ini dilaksanakan selama lima hari dengan beberapa tahapan (Saputra dkk., 2021). Tahapan pelaksanaan pelatihan *content creator* dalam penelitian ini meliputi:

1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan pelatihan pada tanggal 8 Juli 2023 sampai dengan 13 Juli 2023. Pelatihan dilaksanakan selama satu minggu di Balai Latihan Kerja Komunitas Multimedia Al-Muaawanah yang beralamat di Ds. Medali, Kecamatan Puri, Kabupaten Mojokerto.

2. Alat dan Bahan :

Alat dan bahan pelatihan *content creator* dibagi menjadi dua, yakni alat untuk mengambil sebuah video atau gambar (take video) dan alat untuk mengedit video yang telah diambil. Alat untuk mengambil video meliputi handphone, kamera dslr, dan drone. Selain itu juga dibantu dengan beberapa bahan pelatihan seperti lighting, ringlight, dan kain background.



Gambar 1. Alat Produksi Video

Sedangkan alat untuk mengedit video dan gambar meliputi komputer dan *handphone*.

3. Langkah Pelaksanaan

Terdapat tiga tahap Langkah pelaksanaan pelatihan *content creator*. Pertama melakukan pendataan terhadap masyarakat Desa Medali,

kecamatan Puri, Kabupaten Mojokerto sejauh mana pengetahuan dan keinginannya tentang *content creator*.

Berikut merupakan pertanyaan dasar yang ditanyakan kepada peserta pelatihan :

- a. Apa yang menjadi passion Anda ?
- b. Hal apa yang meskipun tidak dibayar, Anda mau melakukannya ?
- c. Konten apa yang Anda baca atau tonton di Internet sehari-hari ?
- d. Ketika mengobrol dengan teman, obrolan apa yang bisa membuat Anda lupa waktu ?
- e. Majalah apa yang Anda suka beli dan baca ketika di took buku ?

Tahap kedua memberikan materi atau pengajaran teori yang berhubungan dengan *content creator*. Tahap ketiga adalah pendampingan langsung dalam membuat sebuah konten. Penjelasan materi dan kegiatan pelatihan *content creator* adalah sebagai berikut :

1. Mampu memahami prinsip dan dasar *content creator* :
 - a) Definisi, manfaat, dan cara memilih *Niche*.
 - b) Mengetahui cara survei pasar.
 - c) Dasar-dasar untuk menjadi *content creator* yang sukses.
 - d) Memahami peluang *content creator*.
 - e) Memahami karakteristik setiap media digital.
 - f) Memahami strategi Analisa konten kompetitor.
 - g) Memahami strategi marketing *content creator*.
 - h) Memahami dan mengetahui ide *content creator*.
 - i) Memahami dan mengetahui persiapan, instalasi perangkat serta aplikasi untuk produksi konten video.
 - j) Memahami headline dalam sebuah konten.
2. Mampu membuat planning konten video :
 - a) Membuat naskah video
 - b) Membuat *storyboard* video
 - c) Mengisi *content planning template*
3. Mampu memproduksi konten video :
 - a) Produksi konten sesuai *Niche* yang diinginkan dan dipilih.
 - b) Persiapan dan instalasi produksi konten video di komputer serta handphone.
 - c) Persiapan *setting video*.
 - d) Pengoperasian alat dan bahan untuk mengambil video.
 - e) Teknik videografi.
4. Mampu mengedit video :
 - a) Edit video dengan menggunakan software canva dan capcut di komputer dengan dibantu handphone.
 - b) Penambahan elemen pendukung video visual dan audio dari sumber lain sesuai kebutuhan.
 - c) Ekspor video sebagai file video dalam format yang diperlukan.
5. Publikasi konten video :
 - a) Mengunggah konten video ke media sosial (Tik Tok, Instagram Reels, dan Youtube).
 - b) Menggunakan alat digital untuk meningkatkan keterlibatan dan tampilan halaman di media sosial.

- c) Penggunaan alat digital untuk menganalisis keterlibatan dan tampilan halaman di media sosial.

6. Evaluasi :

Penilaian terhadap konten video yang diunggah peserta ke media sosial dengan cara melihat banyaknya *viewer* atau penonton video yang telah diunggah. Selain itu, penilaian peserta dengan menyebarkan angket ke masing masing peserta untuk melihat sejauh mana program pelatihan ini bermanfaat secara signifikan pada masing masing peserta.

HASIL DAN DISKUSI

Pada pelatihan *content creator* dilakukan selama enam hari dengan pembagian dua hari pertama pemberian materi dan empat hari digunakan untuk praktikum.

1. Meningkatkan Pengetahuan *Content creator*

Peserta mendapatkan materi tentang Niche atau segmentasi target audiens. Dengan kata lain, peserta dituntut untuk menentukan topik atau tema khusus yang akan digunakan pada media sosialnya. Penggunaan Niche diperuntukkan agar media sosial dapat memiliki banyak pengunjung karena memiliki kekhususan konten. Semua konten kreatif yang diproduksi harus relevan, positif dan berkualitas. Menurut (Maeskina & Hidayat, 2022) konten yang berkualitas akan menciptakan audiens yang terlibat dalam jangka panjang.

Materi kedua terkait dengan strategi untuk menjadi *content creator* yang sukses. Terdapat 9 kebiasaan untuk menjadi *content creator* yang baik : rajin membaca, tulis setiap ide, pelajari penonton, membuat konten yang orisinal, kurasi konten orang lain, menilai konten sendiri, bangun jejaring dengan *content creator* yang lain, buat konten sebagai solusi, dan merawat rasa ingin tahu. Dengan adanya beberapa kebiasaan ini dapat membantu peserta untuk meningkatkan kemampuan kreativitas pembuat konten. Selain itu, peserta juga harus mengetahui tugas dan tanggung jawab utama *content creator* sehingga dapat meningkatkan traffic melalui konten yang dibuat. Pemberian materi terkait kemampuan apa saja yang dibutuhkan untuk menjadi *content creator* juga tidak lupa disampaikan agar peserta mampu meningkatkan kemampuan dan kreativitasnya dalam membuat konten.

Materi selanjutnya di ranah pemahaman tentang karakteristik media sosial yang sedang marak saat ini. Di era digital sekarang ini, banyak sekali media digital yang digunakan dan salah satu bentuk media digital yang paling sering digunakan adalah media sosial. Media sosial inilah yang akan menjadi aset digital yang dimiliki para *content creator*.

Selanjutnya, peserta diberikan materi tentang pentingnya headline dalam sebuah konten. Terdapat beberapa headline yang dapat meningkatkan reach dan engagement konten yang diposting oleh *content creator*. Pertama, negative headline yaitu kata atau kalimat negatif untuk meningkatkan daya tarik pengunjung video yang dibuat. Contohnya seperti : stop pakai cara ini kalau kamu tidak mau pasangan kamu semakin mencintaimu , atau hindari hal ini kalau lo ga mau berat badan lo turun . Kedua, curiosity headline yakni memunculkan rasa keinginan tahu dalam headline. Cara ini sering digunakan oleh seorang *content creator* untuk meningkatkan jumlah penonton video. Contohnya seperti : 5 rahasia jitu yang belum kamu tahu

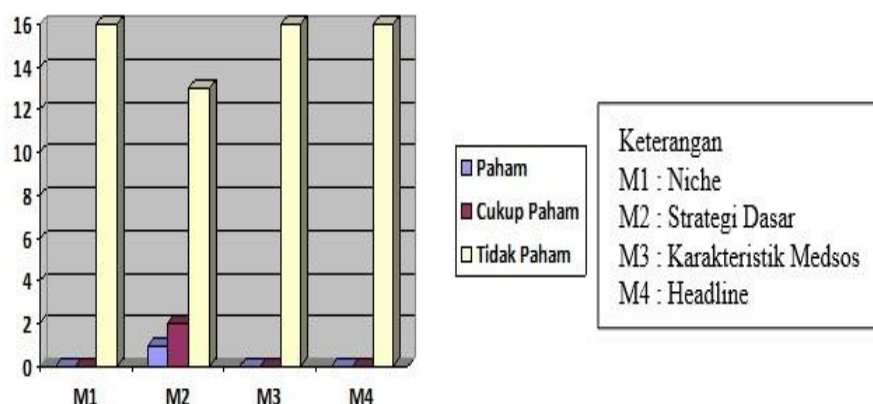
untuk membuka luas pintu rezekimu, atau Jurus ampuh untuk mulai bisnis sendiri tanpa modal. Ketiga adalah personal headline yang tujuannya untuk meningkatkan kesan yang lebih personal ke penonton. Biasanya trik ini menggunakan kata “aku, kamu, lo, gue, kita”. Keempat, gimmick headline yaitu penggunaan permainan kata agar nyaman untuk dibaca. Biasanya terdapat pengulangan kata yang relevan di setiap pengulangannya. Contohnya seperti : Modal irit, hasilnya bisa selangit atau Modal puluhan ribu, hasilnya bisa ratusan ribu. Kelima, Number Headline yakni penambahan nomor di dalam kalimat headline sehingga memunculkan kesan pasti dan fakta. Contohnya seperti : 4 Trik bikin konten secepat kilat atau 3 Trik ampun lipat baju dan celana.



Gambar 2. pemberian materi di kelas

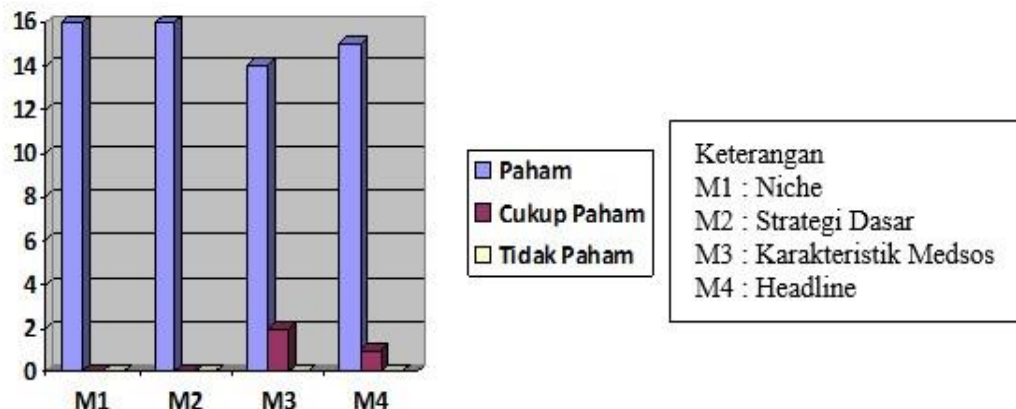
Hasil pengukuran menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap dasar dasar *content creator*. Setelah dilakukan pelatihan, pemberian materi dan pemahaman, pengetahuan para peserta meningkat secara signifikan.

Sebelumnya, para peserta melakukan pretest guna mengetahui sejauh mana pemahaman tentang *content creator* di Tik Tok, Youtube dan Instagram.



Gambar 3. Hasil Pretest Peserta Pelatihan

Hasil pengukuran menunjukkan mayoritas peserta belum mengetahui dasar-dasar *content creator*, baik niche, strategi dasar dalam membuat konten, karakteristik media sosial dan headline yang diperlukan dalam membuat sebuah konten.



Gambar 4. Hasil Posttest Peserta Pelatihan

Setelah memberikan materi terkait dasar pengetahuan *content creator*, seluruh peserta kini paham akan dasar-dasar menjadi seorang *content creator*. Para peserta memahami bagaimana cara membuat niche, memahami strategi dasar pemasaran *content creator*, memahami karakteristik media sosial baik Youtube, Instagram, dan Tik Tok, serta memahami headline apa saja yang dibutuhkan dalam membuat konten.

2. Perencanaan Konten

Pada tahap ini, peserta akan mendapatkan materi yang mencakup penjelasan perencanaan konten dan dipandu untuk membantu mendapatkan ide membuat konten sesuai Niche yang telah dipilih. Sebelumnya peserta diarahkan untuk menginstall media sosial yang dibutuhkan untuk memposting konten video yang telah diproduksi.

Selanjutnya, peserta diarahkan untuk membuat naskah video atau scenario konten menggunakan model perencanaan yang telah disediakan. Peserta belajar dan mempraktekkan content secara langsung dengan elemen 5W 1H. Kemudian, perihal naskah dan cara menulisnya, kami memberikan waktu kepada peserta untuk berlatih menulis naskah. Sama halnya dengan materi storyboard. Pada materi berikut ini, kami membekali peserta dengan template perencanaan konten untuk membantu peserta membuat jadwal dan rencana konten.

Dimulai dengan mengidentifikasi objek dan kebutuhan saat berencana memproduksi. Melalui perencanaan konten, kami menerima informasi tentang pengamatan para peserta. Informasi tersebut dianalisa dan digunakan untuk mengembangkan strategi pembuatan konten video agar lebih efektif (Zappin dkk., 2021). Selain itu, tahap ini mencakup aspek yang penting dari perencanaan pembuatan konten video, seperti: menentukan tujuan dan target penonton serta mengembangkan konsep lanjutan, memilih lokasi dan tata letak produksi, serta menggunakan peralatan dan teknologi yang tepat pada setiap tahap, faktor-faktor seperti tujuan komunikasi, pesan

yang ingin disampaikan, gaya visual, dan karakteristik penonton dipertimbangkan dengan cermat.

Hasil dari tahap ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang perencanaan pembuatan konten video dan memberikan panduan praktis bagi para *content creator*. Sesuai dengan penelitian yang dihasilkan oleh (Seekis & Kennedy, 2023) mengungkapkan bahwa dengan penggunaan strategi yang efektif, *content creator* dapat menghasilkan konten video yang menarik, relevan, dan berdampak positif bagi penonton.



Gambar 5. Praktek Pelatihan

3. Produksi dan Pengeditan Konten Video

Pada tahap ini peserta akan diarahkan untuk mempersiapkan perlengkapan untuk memproduksi video seperti kamera, handphone, lighting, tripod, serta mikrofon yang akan digunakan untuk penambahan audio visual.



Gambar 6. Produksi Video dan Pengeditan Video

Pada tahap produksi konten, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan dengan lebih detail, poin-poin penting yang terkait dengan pengambilan video :

1) Komposisi Visual

Operator kamera bertanggung jawab untuk menciptakan komposisi visual yang menarik dalam setiap adegan yang diambil. Mereka harus memperhatikan elemen-elemen seperti framing, komposisi, dan perspektif. Penggunaan aturan-aturan seperti "rule of thirds" atau "leading lines" dapat membantu menciptakan komposisi yang seimbang dan menarik.

2) Lighting

Operator lighting mengatur pencahayaan yang sesuai dengan mood atau nuansa yang ingin ditampilkan dalam video. Mereka akan menggunakan peralatan seperti lampu studio atau reflektor untuk menciptakan pencahayaan yang tepat, menghilangkan bayangan yang tidak diinginkan, dan memberikan kedalaman pada gambar.

3) Fokus

Memastikan bahwa subjek atau objek dalam frame tetap dalam fokus yang jelas sangat penting. Juru kamera akan menggunakan teknik seperti autofocus atau manual fokus untuk mendapatkan fokus yang tepat pada subjek yang diinginkan. Pemilihan fokus yang tepat akan memberikan tampilan yang profesional dan menghindari gambar yang buram atau kabur.

4) Gerakan Kamera

Penggunaan gerakan kamera yang tepat dapat menambah dimensi dan dinamika pada video. Juru kamera dapat menggunakan teknik seperti pan, tilt, zoom in atau zoom out, atau pergerakan kamera yang lebih kompleks seperti tracking atau crane shoot. Gerakan kamera yang disesuaikan dengan konten dan tujuan video dapat meningkatkan keindahan visual dan memberikan pengalaman yang lebih menarik bagi penonton.

5) Kualitas Audio

Suara yang jelas dan berkualitas penting untuk mendukung pengalaman menonton video. Penggunaan mikrofon yang sesuai dan penempatan yang strategis akan membantu mengurangi gangguan suara latar atau kebisingan yang tidak diinginkan. Jika ada dialog atau narasi dalam video, pastikan audio direkam dengan baik dan jelas.

4. Evaluasi

Pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan meningkatkan kreativitas Masyarakat desa Medali Kabupaten Mojokerto dalam mengoptimalisasi media sosial dengan membuat konten video yang menarik pada penonton. Evaluasi ini penting untuk menilai dan mengukur keberhasilan program serta dampak yang dihasilkan. Berikut evaluasi yang digunakan untuk program pelatihan sebagai program pengabdian Masyarakat :

Tabel 1. Evaluasi Peserta

| No | Pertanyaan | Baik | Cukup | Kurang |
|----|---|------|-------|--------|
| 1 | Apakah program pelatihan tercapai dengan baik ? | 16 | - | - |

| No | Pertanyaan | Baik | Cukup | Kurang |
|----|--|------|-------|--------|
| 2 | Bagaimana penjelasan materi dan pengajaran ? | 15 | 1 | - |
| 3 | Bagaimana kualitas pengajaran yang diberikan oleh instruktur? | 16 | - | - |
| 4 | Apakah anda dapat mengembangkan keterampilan dalam menciptakan konten kreatif? | 16 | - | - |
| 5 | Apakah peserta memperoleh pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang strategi pemasaran konten atau penggunaan alat dan teknologi yang relevan? | 16 | - | - |
| 6 | Apakah program ini memberikan manfaat yang signifikan bagi diri anda dan masyarakat ? Misalnya, apakah anda dapat memanfaatkan keterampilan yang mereka peroleh untuk tujuan pribadi atau profesional? | 16 | - | - |

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pelatihan yang telah dilakukan memiliki dampak yang positif bagi peserta pelatihan dalam mengakses sosial media. Selain itu, peserta pelatihan mendapatkan manfaat yang signifikan bagi Masyarakat untuk mengoptimalisasi penggunaan sosial media agar lebih bermanfaat bagi penonton luas.

Evaluasi program pengabdian masyarakat juga melibatkan pengumpulan data, seperti survei peserta, wawancara, atau observasi langsung untuk memperoleh informasi yang lebih rinci. Hasil evaluasi ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi keberhasilan program, memperbaiki kelemahan, dan membuat perubahan yang diperlukan untuk program pengabdian masyarakat berikutnya dengan tema konten kreatif.

KESIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan *content creator* yang dilaksanakan di BLK Komunitas Al Muaawanah Kabupaten Mojokerto telah

berhasil dan dapat meningkatkan kreativitas Masyarakat terhadap sosial media yang dimilikinya. Manfaat dari pelatihan *content creator* yang telah dilaksanakan dapat meningkatkan kualitas video serta penonton video dalam sosial media. Selain itu, Masyarakat lebih memahami manfaat dan strategi khusus yang dapat digunakan dalam membuat konten video. Tim pengabdian mengharapkan Masyarakat desa Medali dapat lebih bijak dalam menggunakan sosial media dan tidak hanya menjadi penikmat konten orang lain namun juga dapat menciptakan konten demi menjawab tantangan di masa depan.

REKOMENDASI

Pengabdian ini menggunakan software capcut dan canva, disarankan untuk menggunakan aplikasi atau software lain guna meningkatkan kualitas konten video yang akan diproduksi.

ACKNOWLEDGMENT

Terimakasih kepada BLK Komunitas Al Muaawanah dan Masyarakat Desa Medali yang telah memberikan waktu dan sarana prasarannya dalam kegiatan pengabdian Masyarakat.

REFERENCES

- Alyatalatthaf, M. D. M. (2021). Smartphone Photography Sebagai Media Promosi Pariwisata di Kampung Paniis, Pandeglang, Banten. *Abdimas*, 2(2), 25–29.
- Hermansyah, F. (2022). *Kades Medali Mojokerto Miftahuddin, Wujudkan Desa Mandiri*. <https://radarmojokerto.jawapos.com/figur/821020939/kades-medali-mojokerto-miftahuddin-wujudkan-desa-mandiri>
- Maeskina, M. M., & Hidayat, D. (2022). Adaptasi Kerja Content Creator di Era Digital. *Jurnal Communio : Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 11(1), 20–30. <https://doi.org/10.35508/jikom.v11i1.5150>
- Majid, N. W. A., Fauzi, A., Sari, D. P., Ridwan, T., Widodo, S., Meyriska, N., Adawiyah, R. A. Al, & Nurunnisa, M. (2022). Pengembangan Keterampilan Digital Content Creator Pelajar Tingkat Menengah Atas di Kabupaten Purwakarta. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(2), 283. <https://doi.org/10.30595/jppm.v5i2.9898>
- Saputra, D., Pratama, E. B., Syarif, M., & Dharmawan, W. S. (2021). Edukasi Literasi Digital Remaja dalam Memerangi Narkoba. *Madani: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 81–88. <https://doi.org/10.53834/mdn.v7i2.3851>
- Seekis, V., & Kennedy, R. (2023). The impact of #beauty and #self-compassion tiktok videos on young women's appearance shame and anxiety, self-compassion, mood, and comparison processes. *Body Image*, 45, 117–125. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.02.006>
- Sosro, H., Wijoyo, H., Mustofa, M., & Noor, F. (2023). *Optimalisasi Ketrampilan Digital Content Creator Pemuda Desa Mojodelik Kecamatan Gayam Kabupaten Bojonegoro*. 4(3), 2077–2086.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>

- Wijoyo, H. S. H., & Anitasari, H. (2021). Pemetaan ekonomi kreatif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 4(2), 125–142.
- Zappin, A., Malik, H., Shakshuki, E. M., & Dampier, D. A. (2021). YouTube Monetization and Censorship by Proxy: A Machine Learning Prospective. *Procedia Computer Science*, 198(2021), 23–32. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.207>