



PELUANG BISNIS MENJADI KONTEN KREATOR DI KALANGAN PEMUDA DESA BANJAR KEMUNING SEDATI SIDOARJO PADA ERA DIGITAL

Irnawati¹, Suhartono², I Wayan Arsana³, Akhmad Qomaru Zaman⁴, Pandu Rudy Widyatama⁵, Elok Kinanti⁶, Eka Safitri Utami⁷, Qurrotul Uyun⁸

Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn), Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Email: irma15@unipasby.ac.id

ABSTRAK

The digital era is now changing the way people view doing business, especially the millennial generation. This millennial generation is one of the few people affected by technology. This generation is not only surfing social media, but also working on their personal accounts to take advantage of unlimited digital business opportunities, ranging from being speakers, brand ambassadors, endorsements, content creators, and many more. Business opportunities in the digital era are very promising, but often some of the millennial young generation now have not found a direction in building personal branding. This happened because of the lack of understanding and readiness among these young people. The need for real efforts through community service programs carried out by the PPKn Study Program of PGRI Adi Buana University Surabaya to socialize the youth of Banjar Kemuning Village to use social media by becoming content creators. The method of implementing this community service is the preparation, implementation, and evaluation stages. The result of this service program is to open views and provide understanding to village youth to use social media as a business opportunity. The active response and enthusiasm of village youth in paying attention to the material shows interest in becoming content creators.

Keywords: Business Opportunities, Content Creators, Village Youth, Banjar Kemuning Village, Digital Age

PENDAHULUAN

Era digital sekarang mengubah cara pandang masyarakat dalam berbisnis. Sebelumnya masyarakat dalam mencari pundi-pundi rezeki harus dilakukan secara konvensional. Sekarang dengan adanya era digital melalui teknologi mulai banyak dimanfaatkan masyarakat dalam berbisnis di media sosial. Generasi milenial menjadi salah satu dari sebagian besar masyarakat yang terdampak teknologi secara berkelanjutan. Hal ini tidak bisa dipungkiri karena mengingat para generasi milenial sekarang ini berada dalam lingkaran waktu teknologi yang membawa suatu informasi dengan mudah dan cepat. Generasi milenial sebagai generasi pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya terpengaruh dengan adanya perkembangan teknologi, terbuka dengan segala pandangan politik dan ekonomi, sehingga para generasi milenial terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya (Hardika dkk., 2018).

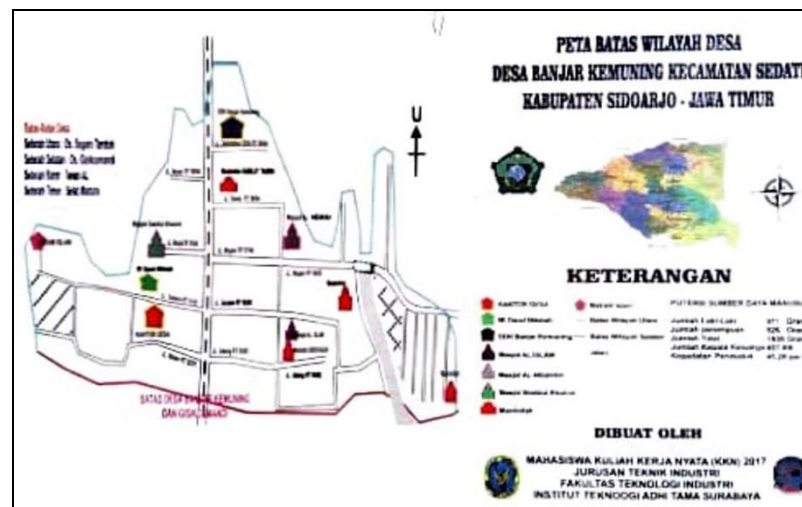
Generasi milenial sekarang lebih minat dalam beraktivitas dan berbisnis melalui media sosialnya. Generasi tersebut tidak hanya sekadar berselancar di media sosial saja, tetapi juga berkarya di akun pribadinya untuk memanfaatkan peluang bisnis digital yang tidak terbatas, mulai dari menjadi pembicara atau *speaker*, *brand ambassador*, *endorsement*, *content creator* atau pembuat konten kreatif, dan masih banyak lagi. Beberapa dari peluang bisnis ini menjadi pekerjaan yang digandrungi oleh para generasi milenial di masa sekarang. Peluang bisnis di era digital menjadi semakin diminati bukan tanpa alasan, hal ini karena dunia digital menghasilkan pekerjaan bebas yang tidak terikat oleh apa pun, sang pelaku *content creator* sebagai pengelola utama yang dapat mengatur segalanya, hanya butuh modal jaringan internet dan kreativitas, memiliki jangkauan *audience* yang lebih luas, dan bisa mengubah *passion* menjadi pekerjaan yang menjanjikan (Sire, 2021).

Peluang bisnis di era digital sangat menjanjikan, namun sering kali sebagian dari generasi muda milenial sekarang belum menemukan arah yang pas dan cocok dalam membangun *personal branding*. Hal ini bisa saja terjadi karena kurangnya pemahaman dan kesiapan dari kalangan pemuda tersebut. Pada era sekarang ini, *personal branding* masih sedikit banyak dipahami oleh remaja milenial di Indonesia (Kurniawan, 2021). Dari permasalahan tersebut, Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan (PPKn) Universitas PGRI Adi Buana Surabaya bergerak untuk memberikan upaya nyata melalui pengabdian masyarakat di Desa Banjar Kemuning, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo dengan menyelenggarakan sebuah Program Pengabdian Pada Masyarakat bertema “Peluang

Bisnis Konten Kreator Di Kalangan Milenial Pada Era Digital”. Melalui program ini diharapkan mampu menginformasikan kepada masyarakat terutama kalangan pemuda desa agar bisa memanfaatkan media sosial dalam berbisnis melalui karya dan layanan jasa yang dimilikinya agar dapat mencari keuntungan tambahan untuk kebutuhan sehari-harinya.

METODE

Program pengabdian masyarakat dilakukan secara luring atau tatap muka secara langsung. Program yang dilakukan menyasar pada khalayak umum salah satunya kelompok pemuda Desa Banjar Kemuning. Program ini terselenggara melalui sosialisasi terencana yang berlokasi di Desa Banjar Kemuning, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo. Secara terperinci wilayah dari Desa Banjar Kemuning dapat ditunjukkan pada gambar peta yang tertera di bawah ini.



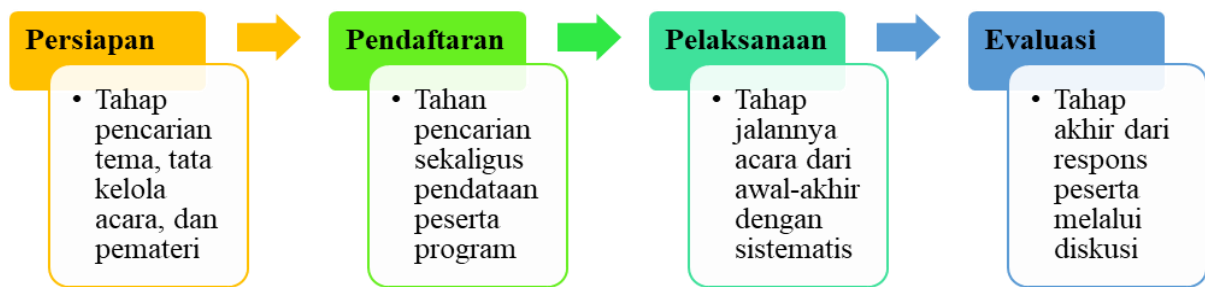
Gambar 1. Peta Desa Banjar Kemuning

Sumber: <https://banjarkemuningsites.blogspot.com/> (2018)

Desa Banjar Kemuning adalah salah satu dari desa yang ada di Kabupaten Sidoarjo, Provinsi Jawa Timur dengan ketinggian 5 meter dari permukaan laut dan memiliki luas wilayah 384.689 hektar. Desa ini dibatasi oleh beberapa wilayah, yang meliputi: batas wilayah sebelah utara adalah Desa Segoro Tambak, batas wilayah sebelah timur adalah Selat Madura, batas wilayah sebelah selatan adalah Desa Gisik Cemandi, dan batas wilayah sebelah barat adalah Tanah Djuanda Angkatan Laut (AL) (Anonim, 2018). Masyarakat Desa Banjar Kemuning secara keseluruhan berprofesi sebagai nelayan dikarenakan potensi wilayah sumber daya laut yang begitu luas dan mempunyai hasil laut yang cukup melimpah.

Selain kondisi yang strategis dan potensi sumber daya laut, desa ini juga mempunyai kelompok pemuda atau sering juga disebut sebagai karang taruna yang aktif. Karang Taruna Turen Jaya Desa Banjar Kemuning memiliki partisipasi aktif dalam segala kegiatan desa. Kelompok karang taruna ini mempunyai anggota dari berbagai kalangan, mulai dari rentang usia 20-30 tahun. Kelompok pemuda tersebut terbentuk bertujuan untuk membangun koneksi antar pemuda, meningkatkan partisipasi pemuda desa yang aktif, dan memajukan desa secara berkelanjutan melalui kegiatan-kegiatan desa yang direncanakan.

Pelaksanaan dari program pengabdian masyarakat di Desa Banjar Kemuning menggunakan metode dengan 4 langkah tahapan. Metode ini terdiri dari tahap persiapan, tahap pendaftaran dan penyebaran informasi, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi (Anisa dkk., 2021). Beberapa tahapan tersebut secara konseptual dijabarkan dalam gambar diagram sebagai berikut.



Gambar 2. Tahap Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat
Sumber: Diagram Rancangan Pengabdi (2023)

Keempat tahapan dilakukan secara terencana dan sistematis untuk keterlaksanaan program pengabdian masyarakat yang direncanakan. Proses pengabdian masyarakat menggunakan metode ceramah disandingkan dengan diskusi tanya jawab. Penerapan metode ceramah dan diskusi diterapkan secara umum dalam pemberian materi pada khalayak umum seperti halnya yang sering kali digunakan dalam lingkungan pendidikan. Metode ceramah sebagai cara penyampaian materi pembelajaran secara lisan dan metode diskusi sebagai suatu proses pertukaran pikiran guna memecahkan persoalan atau sebuah masalah yang menyangkut materi yang dibahas (Pratiwi, 2019). Pemateri menyampaikan informasi berkaitan dengan peluang bisnis menjadi konten kreator pada pemuda Desa Banjar Kemuning agar memiliki rasa antusias dalam berkarya dan berbisnis di media sosial yang dimilikinya. Kemudian setelah penyampaian materi secara terarah, maka akan dilanjutkan pada diskusi tanya jawab untuk menumbuhkan respons peserta program dalam memahami materi.

Pemateri berperan dalam memberikan keilmuan untuk membuka wawasan dan minat pemuda desa untuk menjadi konten kreator. Pemuda yang diundang dan berpartisipasi dalam program ini sebanyak kurang lebih 30 orang, baik dari anggota karang taruna maupun non-anggota atau pemuda secara umum. Program dilakukan dengan durasi waktu selama 3 jam, mulai dari pukul 19.00 sampai 22.00 WIB di Balai Kantor Desa Banjar Kemuning. Indikator keberhasilan dari program pengabdian masyarakat diukur dari jumlah partisipasi pemuda dan responsibilitas dalam memahami materi yang disampaikan.

Teknik analisis dari keterlaksanaan program pengabdian masyarakat ini menggunakan analisis SWOT atau metode *Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threat*. Metode SWOT digunakan bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi keterlaksanaan program yang dijalankan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Analisis SWOT berupaya dalam menentukan metode untuk memanfaatkan secara maksimal semua kekuatan yang ada serta peluang-peluang yang terbuka, sekaligus meminimalkan semua kelemahan dan ancaman yang dihadapi (Sembodo, 2018). Analisis ini bertujuan untuk menganalisis pelaksanaan dari program pengabdian masyarakat pada pemuda Desa Banjar Kemuning. Analisis secara deskriptif guna menjabarkan proses pelaksanaan program pengabdian masyarakat secara rinci. Analisis deskriptif merupakan salah satu dari metode analisis statistik yang bertujuan untuk memberikan deskripsi maupun gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan pada data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu (Khasanah, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan program pengabdian pada masyarakat dilakukan oleh segenap mahasiswa dan seluruh dosen dari Program Studi PPKn Universitas PGRI Adi Buana Surabaya secara luring atau tatap muka di Balai Kantor Desa Banjar Kemuning, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo. Desa ini dipilih karena memiliki kelompok pemuda yang aktif dan partisipatif bernama Karang Taruna Turen Jaya Desa Banjar Kemuning.

Kegiatan ini diselenggarakan di balai kantor desa karena berada di lokasi yang strategis dengan jangkauan masyarakat sehingga partisipasi dari masyarakat terutama para pemuda mudah untuk dicapai. Pelaksanaan dari program pengabdian masyarakat ini terdiri dari 4 langkah tahapan terstruktur. Rincian dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat ditunjukkan melalui penjabaran sistematis sebagai berikut.

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan awal dari perencanaan program hingga pada pelaksanaan program. Pengabdi melakukan *brainstorming* untuk mewujudkan tema yang telah dicanangkan “Peluang Bisnis Konten Kreator Di Kalangan Milenial Pada Era Digital”. Pada tahap persiapan ini, pengabdi baik mahasiswa maupun dosen yang bertugas melakukan penataan dan tata kelola ruang sosialisasi yang berlokasi di Balai Kantor Desa Banjar Kemuning, Kecamatan Sedati, Kabupaten Sidoarjo untuk mengelola pelaksanaan program dari awal sampai akhir. Selain tema dan tata ruang, pengabdi menyiapkan materi utama yang akan disampaikan oleh pemateri yang ahli dibidangnya untuk memberikan pengetahuan dan wawasan berkaitan dengan cara atau langkah menjadi seorang konten kreator untuk mendapatkan keuntungan dari media sosial.



Gambar 3. Persiapan Program Pengabdian
Sumber: Dokumentasi Pengabdi (2023)

2. Tahap Pendaftaran

Tahap Pendaftaran adalah proses lanjutan dari tahap persiapan. Pengabdi di sini mendata secara langsung para peserta yang berpartisipasi dalam kegiatan program pengabdian yang diselenggarakan. Peserta yang sebelumnya telah diundang terutama dari kelompok pemuda karang taruna desa harus melakukan proses registrasi sebagai syarat administratif dalam mengikuti program tersebut. Melalui data dan rekam jejak dari presensi yang telah disediakan sebelumnya, peserta yang datang sekitar 30 orang baik dari anggota karang taruna maupun khalayak umum. Partisipasi tersebut menjadi bagian dari indikator keberhasilan bahwa dari program pengabdian yang diselenggarakan ini diminati oleh masyarakat terutama pemuda desa yang mana bertujuan dalam meningkatkan kompetensi dan kemampuan kreativitas untuk bisa berkarya di dunia maya sekaligus mencari tambahan uang saku untuk kebutuhan sehari-hari.



Gambar 4. Pendaftaran Peserta Program
Sumber: Dokumentasi Pengabdi (2023)

3. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan adalah proses inti dari pelaksanaan program. Pada tahap ini menjadi jalannya acara dari awal hingga akhir suatu keterlaksanaan program secara sistematis. Pengabdian menunjuk pemateri terutama dari mahasiswa yang memiliki kemampuan atau keahlian di bidang konten kreator. Pemateri dari mahasiswa yang bernama Saudara Pandu Rudy Widyatama menyajikan materi berkaitan dengan peluang bisnis menjadi konten kreator di era digital. Mula-mula pemateri ini memberikan *introduction* dari definisi konten kreator untuk membuka wawasan peserta yang memerhatikan. Kemudian dilanjutkan menjabarkan manfaat dan keuntungan yang didapat ketika menjadi seorang konten kreator. Pemateri menyajikan beberapa peluang bisnis ketika menjadi seorang konten kreator, tidak lupa menjabarkan kesulitan yang akan didapatkan. Lalu dilanjutkan dengan penyampaian *tips* dan *trick* cara menjadi seorang konten kreator pemula. Setelah proses penyampaian materi telah berakhir, dilanjutkan dengan sesi diskusi untuk menganalisis pertanyaan dari para peserta yang telah memerhatikan. Pemateri juga dibantu moderator Bapak Suhartono, S.Pd., M.Pd. untuk moderasi proses diskusi tanya jawab agar nantinya dapat berjalan dengan tertib dan lancar.



Gambar 5. Penyampaian Materi (Kiri) & Gambar 6. Diskusi Bersama Peserta (Kanan)

Sumber: Dokumentasi Pengabdian (2023) (Gambar Kiri & Kanan)

4. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan tahap akhir dari pelaksanaan program pengabdian tersebut. Pada tahap evaluasi ini, pengabdian melakukan analisis ketercapaian dari indikator keberhasilan program. Dari pelaksanaan yang telah dilakukan, peserta yang mengikuti program tersebut merasa antusias ditunjukkan dari keaktifan dalam berdiskusi dan respons yang diberikan ketika diberikan pertanyaan pemateri. Terdapat 3-5 orang penanya dengan total pertanyaan kurang lebih sebanyak 10 buah pertanyaan. Pengabdian secara terbuka dan terukur dapat mengatakan bahwa rasa keingintahuan dan minat peserta cukup tinggi karena respons yang diberikan sekaligus banyaknya animo pertanyaan yang dilontarkan ketika sedang dalam sesi diskusi.



Gambar 7. Animo Peserta Berdiskusi

Sumber: Dokumentasi Pengabdian (2023)



Gambar 8. Foto Bersama Peserta
Sumber: Dokumentasi Pengabdi (2023)

Berdasarkan pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, didapatkan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, dan Threat*) dari Peluang Bisnis Konten Kreator Di Kalangan Milenial Pada Era Digital yang secara terperinci di bawah ini.

Tabel 1. Analisis SWOT Program Pengabdian

<i>Strenght (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
1. Perkembangan teknologi semakin pesat di era digital sekarang 2. Beberapa lingkungan desa yang semakin terjangkau teknologi	1. Harus pandai dalam memutar otak dan berpikir secara kreatif 2. Perlunya niatan dan rasa percaya diri dalam membuat konten
<i>Opportunity (Peluang)</i>	<i>Threat (Ancaman)</i>
1. Banyaknya pemuda desa yang bisa belajar teknologi digital 2. Media sosial tidak perlu modal besar dan waktu fleksibel	1. Banyak individu lain yang sudah menjadi konten kreator 2. Persaingan antar konten kreator di media sosial semakin banyak

Sumber: Hasil Analisis Program (2023)

Menjadi seorang konten kreator tidak bisa dianggap mudah karena perlunya niatan yang kuat dan konsisten dalam aktif membuat konten di media sosial. Pengabdi melalui analisis SWOT di atas menemukan beberapa *planning* yang harus diketahui dan diketahui oleh seorang konten kreator pemula sebelum terjun langsung ke dalam persaingan dunia maya di era digital. Sebenarnya menjadi konten kreator di masa sekarang bisa mudah karena perkembangan teknologi yang cukup pesat dan lingkungan sekitar yang terjangkau teknologi. Walaupun sudah ada sarana dan lingkungan yang memadai, seorang konten kreator harus mampu berpikir secara kreatif dan inovatif sekaligus punya niatan kuat dalam membuat konten yang unik dan menarik agar banyak masyarakat yang tertarik melihat konten tersebut.

Hal ini bisa berpeluang besar karena pemuda desa sudah pandai dalam berteknologi dan media sosial masing-masing menjadi sarana dalam memulai membuat konten untuk mencari keuntungan. Tetapi, yang perlu menjadi kehati-hatian di sini adalah sudah banyak individu lain yang sudah menjadi konten kreator dan persaingan antar pembuat konten sehingga perlunya *personal branding* untuk menciptakan kekhasan konten sebagai pembeda daripada yang lain sekaligus mewujudkan keunikan yang membuat masyarakat maya menjadi tertari melihat konten yang dibuat serta tidak mudah bosan dalam menikmati konten tersebut.



SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa program Peluang Bisnis Konten Kreator Di Kalangan Milenial Pada Era Digital yang dilakukan Program Studi PPKn Universitas PGRI Adi Buana Surabaya ini sangat dibutuhkan bahkan diminati oleh khalayak umum terutama pemuda Desa Banjar Kemuning yang mana ditunjukkan dari respons positif dan rasa antusias dalam berpartisipasi. Program pengabdian masyarakat ini memberikan pemahaman secara terencana dan terpadu pada pemuda Desa Banjar Kemuning dalam memanfaatkan media sosialnya dengan menjadi seorang konten kreator untuk menghasilkan keuntungan dari dunia maya. Sekaligus dalam menjadi seorang konten kreator tidak hanya sekadar siap saja, tetapi juga harus mengerti dan memahami apa saja yang perlu diperhatikan melalui analisis SWOT yang telah dilakukan sebelumnya sebagai acuan dalam menjadi seorang konten kreator yang andal.

Saran

Setelah program pengabdian masyarakat dilakukan, pengabdian ingin memberikan sedikit saran yang membangun bagi beberapa pihak terkait yang meliputi: 1) Bagi pemuda desa, diharapkan tetap mempertahankan partisipasi dan rasa antusias dalam berkegiatan yang positif dalam rangka meningkatkan kemampuan dan keilmuan secara berkelanjutan; 2) Bagi masyarakat desa, diharapkan mampu memanfaatkan media sosialnya dengan baik dan mewujudkan *passion* secara kreatif melalui konten yang bermanfaat sekaligus bisa mengenalkan potensi desa yang kaya melalui konten yang dibuat; dan 3) Bagi khalayak umum, diharapkan masyarakat Indonesia di dunia maya menjadikan media sosial sebagai sarana maupun wadah yang positif dalam menginformasikan keindahan dari pesona Indonesia sekaligus membangun *personal branding* atas dasar prestasi yang membanggakan, bukan karena keviralan semata dan konten negatif yang dibuat secara sengaja maupun tidak sengaja.

UCAPAN TERIMAKASIH

Pengabdian menyadari bahwa pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini telah mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga dengan ketulusan hati yang terdalam mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak masyarakat Desa Banjar Kemuning Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo, mulai dari kepala desa, kelompok pemuda karang taruna, dan masyarakat umum yang telah menerima dan antusias berpartisipasi terhadap program pengabdian masyarakat “Peluang Bisnis Konten Kreator Di Kalangan Milenial Pada Era Digital” yang diselenggarakan oleh Program Studi PPKn Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, Sari, Y., Nur'aini, R. D., Aqli, W., & Afgani, J. J. (2021). Penyuluhan arsitektur ramah usia bagi komunitas ibu hebat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik*, 4(1), 43–48. <https://doi.org/10.24853/jpmt.4.1.43-48>
- Anonim. (2018). *Profil desa*. <https://banjarkemuningsites.blogspot.com/>. <https://banjarkemuningsites.blogspot.com/p/blog-page.html>
- Hardika, H., Nur Aisyah, E., & Gunawan, I. (2018). Buku transformasi belajar generasi milenial. In N. Widyaningrum (Ed.), *Education Inquiry* (Pertama). Universitas Negeri Malang.
- Khasanah, L. U. (2021, September 10). *Analisis data kuantitatif, kenali analisis deskriptif*. <https://dqlab.id/>. <https://dqlab.id/analisis-data-kuantitatif-kenali-analisis-deskriptif>
- Kurniawan, A. A. (2021, Juni 10). *Membangun personal branding remaja milenial di era digital*. <https://nasional.sindonews.com/>. <https://nasional.sindonews.com/read/451210/18/membangun-personal-branding-remaja-milenial-di-era-digital-1623276398>
- Pratiwi, R. A. (2019). Penerapan metode ceramah dan diskusi selama pembelajaran online. In *Makalah*. <https://osf.io/wdm9e/download>
- Sembodo, T. (2018). Analisis SWOT. In *Materi Presentasi*. <https://mnjcc.blogspot.com/2019/05/analisis-swot-gojek.html>
- Sire. (2021, September 2). *Alasan profesi content creator semakin diminati*. <https://www.idntimes.com/>. <https://www.idntimes.com/life/career/nur-mar-a-siregar/alasan-profesi-content-creator-semakin-diminati-c1c2>