



Schoolaboration: Effort to improve students' skills in creating social media content in SMA Muhammadiyah Muntilan

Fadillah Sandy✉, Annis Azhar Suryaningtyas, Prihatin Dwihantoro, Dwi Susanti, Lintang Muliawanti

Universitas Muhammadiyah Magelang, Magelang, Indonesia

✉ fadillah.sandy@ummgl.ac.id

 <https://doi.org/10.31603/ce.9743>

Abstract

Digital literacy includes not only the ability to find and share information, but also the skills to create digital content. These activities aim to improve the creativity and build content on social media. As a response to this phenomenon, a school collaboration program was conducted at SMA Muhammadiyah 1 Muntilan. The program included a socialization and training on social media content. The socialization discussed the basic concepts of content on social media, including content selection, consistency, and timing. The results of these activities are the improvement of digital content creativity and 20 videos of school's profile created by students of SMA Muhammadiyah 1 Muntilan.

Keywords: Digital literacy; Digital content creation; Social media

Schoolaboration: Upaya meningkatkan keterampilan membuat konten media sosial bagi siswa SMA Muhammadiyah Muntilan

Abstrak

Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan mencari dan membagikan informasi, tetapi juga keterampilan dalam menciptakan konten digital. Sebagai respons terhadap fenomena tersebut, dilakukan program *Schoolaboration* di SMA Muhammadiyah 1 Muntilan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas pembuatan konten melalui media sosial. Program ini mencakup sosialisasi dan pelatihan tentang konten media sosial. Sosialisasi ini membahas konsep dasar konten di media sosial, termasuk pemilihan konten, konsistensi dan *timing*. Hasil dari kegiatan ini adalah terdapat peningkatan keterampilan siswa dalam memproduksi konten untuk sosial media dan 20 video profil sekolah yang diproduksi oleh siswa SMA Muhammadiyah 1 Muntilan.

Kata Kunci: Literasi digital; Kreasi konten digital; Media sosial

1. Pendahuluan

Hasil survei Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) dan Katadata Insight Center menyatakan nilai Status Literasi Digital Indonesia tahun 2022 ialah 3,54 poin. Kondisi ini meningkat 0,05 poin dari tahun 2021. Meskipun demikian, situasi ini menunjukkan bahwa tingkat literasi digital masyarakat Indonesia masih berada pada kategori sedang. Pengukuran literasi digital menggunakan empat pilar, yakni kecakapan digital (*digital skill*), etika digital, keamanan digital dan budaya digital (Agustini, 2023). Secara istilah literasi digital merupakan keseluruhan kemampuan individu untuk menemukan, mengevaluasi, menggunakan, membagikan dan

menciptakan suatu konten dengan informasi teknologi dan jejaring internet (Rohman, 2022). Sementara itu, menurut Hague dan Payton ada delapan komponen literasi media yakni: keterampilan fungsional, kreativitas, berpikir kritis dan kemampuan mengevaluasi, pemahaman budaya dan sosial, kolaborasi, kemampuan mencari dan memilah informasi, komunikasi efektif dan keamanan elektronik (Nugraha, 2022).

Di Kabupaten Magelang, terdapat SMA Muhammadiyah 1 Muntilan yang berlokasi di Jl. Tentara Pelajar No.17 Muntilan, Kabupaten Magelang. SMA Muhammadiyah 1 Muntilan memiliki visi berilmu amaliah, beramal ilmiah. Jumlah siswa SMA Muhammadiyah 1 Muntilan pada tahun ajaran 2022/2023 dengan jumlah kurang lebih sekitar 600 siswa. Berdasarkan survei rata-rata siswa tersebut memiliki akun media sosial, namun siswa dan siswi SMA Muhammadiyah 1 Muntilan belum optimal dalam pembuatan dan pengelolaan konten media sosialnya.

Berdasarkan fenomena di atas, penting dilaksanakan program *Schoolaboration* dengan tema edukasi tentang konten media sosial melalui sosialisasi *social media content* dan juga pelatihan pembuatan konten media sosial yang konsisten. Sosialisasi dan juga pelatihan ini bertujuan untuk memaksimalkan potensi remaja khususnya siswa SMA Muhammadiyah 1 Muntilan dalam pembuatan konten media sosial. Program ini juga bertujuan untuk meningkatkan kreativitas pembuatan konten sejak remaja melalui media sosial sehingga dapat berpeluang bisnis.

2. Metode

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah SMA Muhammadiyah Muntilan yang beralamat di Jalan Tentara Pelajar no 17 Muntilan dengan diikuti oleh 120 siswa. Rangkaian kegiatan *Schoolaborasi* ini dilaksanakan pada tanggal 16 Februari 2023. Tahapan kegiatan pengabdian ini meliputi:

2.1. Sosialisasi konten sosial media

Sosialisasi ini fokus pada pembahasan terkait konsep dasar dari konten di *platform* sosial media. Kegiatan sosialisasi ini berlangsung selama 90 menit dengan peserta berasal dari kelas XI SMA Muhammadiyah Muntilan.

2.2. Pelatihan membuat konten

Pada tahapan ini, peserta diberikan materi awal tentang konsistensi pembuatan konten selama 45 menit yang selanjutnya peserta diberikan tugas secara berkelompok untuk mempersiapkan produksi video profil. Pada pelatihan ini, seluruh peserta di masing-masing kelompok akan melaksanakan 4 tahapan produksi video profil seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

2.3. Monitoring dan evaluasi

Tahapan monitoring dan evaluasi merupakan tahap akhir dari seluruh serangkaian kegiatan *Schoolaboration* ini. Selama kegiatan pelatihan, pemateri melakukan pendampingan terhadap proses produksi video peserta. Video yang telah berhasil diproduksi selanjutnya diberikan masukan atau evaluasi sebelum menjadi hasil dari *final project*. Video yang telah diberi masukan kemudian dipublikasikan dalam akun sosial media masing-masing peserta kemudian menandai akun sekolah pada video tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Sosialisasi *social media content*

Kegiatan pengabdian ini diawali dengan sosialisasi *social media content* yang membahas terkait konsep dasar konten di media sosial. Sosialisasi berlangsung selama 90 menit dan peserta merupakan siswa kelas XI SMA Muhammadiyah Muntilan. Sosialisasi ini mencakup beberapa area pembahasan terkait rumus membuat konten di media sosial seperti yang ditunjukkan pada [Gambar 1](#) yakni terkait konten, konsistensi dan *timing*.



Gambar 1. Materi sosialisasi *social media content*

Pada sosialisasi ini membahas bagaimana mengasah kemampuan seseorang untuk bisa menerapkan rumus pembuatan sosial konten media. Rumus yang pertama yakni memilih konten. Terdapat dua hal yang harus dipertimbangkan dalam merumuskan sebuah konten yang baik yakni nilai dan kreativitas konten yang mana sebuah konten itu tidak harus baru tetapi mereproduksi yang lama pun tidak masalah. Selain itu, yang perlu dipertimbangkan yakni terkait pemilihan jenis konten apa yang akan dibuat apakah konten informasi, edukasi, hiburan atau inspirasi. Materi selanjutnya yakni konsistensi dimana pembuat konten harus secara konsisten paling tidak dua kali dalam sehari agar konsumen juga konsisten menunggu konten yang disajikan. Yang terakhir yakni terkait dengan *timing* dimana pembuat konten harus memilih *prime time* yang tepat sesuai target pasar yang diharapkan.

Dari paparan yang disampaikan oleh narasumber, siswa yang mengikuti sosialisasi menunjukkan antusiasme dengan menyampaikan beberapa pertanyaan pada saat sesi diskusi dan tanya jawab. Salah satu peserta bertanya terkait bagaimana mencari ide konten. Terkait hal tersebut, narasumber menjelaskan sangat bermanfaatnya untuk selalu update informasi dengan mengamati Google Trends, *trending topic* di Twitter dan menggunakan aplikasi ChatGPT untuk mencari sumber inspirasi *copywriting* yang menarik. Ada juga peserta lainnya yang menanyakan cara membuat konten yang konsisten yang kemudian dijelaskan terkait pentingnya untuk membuat *content schedule*. Jadwal konten dapat bermanfaat sebagai acuan yang terstruktur yang dapat membantu *content creator* membagi sebaran variasi konten yang akan dipublikasikan. Salah satu peserta juga menanyakan pertanyaan yang cukup menarik yakni terkait dengan jenis konten apa yang disukai oleh pasar. Menurut narasumber, ada 3 hal yang disukai oleh pasar yakni konten yang mudah diaplikasikan misalnya konten terkait *tips and trick*, mudah disebarluaskan atau *shareable*, dan konten yang mudah disimpan misalnya konten terkait kata-kata bijak.

Hadirnya sosialisasi terkait pembuatan konten di sosial media ini tentu bisa menjadi tambahan wawasan bagi generasi muda untuk bisa memanfaatkan media sosial dengan cara yang lebih kreatif dan bernilai. Selain hal tersebut dapat dijadikan media untuk mem-*branding* dirinya secara personal, dapat juga dimanfaatkan untuk kegiatan profesional lainnya misalnya menjadi *content creator* dan mengembangkan bisnis melalui media sosial.

3.2. Pelatihan membuat konten

Tahapan kedua dari kegiatan *Schoolaboration* yakni pelatihan membuat konten video profil. Pelatihan diawali dengan pemaparan materi “Membuat Konten yang Konsisten” dengan narasumber yang merupakan pakar dari *copywriting* dan *content creator*. Kegiatan pemaparan materi dilakukan selama 45 menit yang ditunjukkan dengan [Gambar 2](#) dengan pembahasan materi pokok terkait riset, produksi konten, penjadwalan konten dan penyebaran konten.



Gambar 2. Kegiatan pemaparan materi membuat konten konsisten

Sebelum mulai membuat video profil, narasumber membekali resep untuk membuat konten yang konsisten. Tahapan untuk mengawali dalam pembuatan konten yakni melakukan riset. Riset ini diperlukan untuk mengetahui sasaran audien dari konten yang akan dibuat misalnya mencari tahu siapa audiensnya, usianya berapa, tempat tinggalnya, kesukaannya dan lain-lain. Setelah melakukan riset, produksi konten bisa mulai dilakukan dengan mencari *keyword* yang sedang populer, mengumpulkan bahan, dan menyusun konten dengan media aplikasi untuk mempercantik tampilan. Bahan yang sudah dikumpulkan kemudian akan dibuat penjadwalan kapan konten tersebut akan ditayangkan. Penjadwalan bisa mengacu pada *prime time* yang sudah ditentukan misalnya konten secara berkala ditayangkan 4 kali seminggu setiap sore pukul 17.00. Penjadwalan ini juga berguna untuk mengatur distribusi bahan konten yang sudah dimiliki sehingga konten yang dibuat akan lebih terstruktur.

Pada tahapan pelatihan produksi video profil, peserta diminta untuk berkelompok dan mencari bahan untuk mempromosikan sekolah. Tahapan yang dilakukan yakni; 1) Mengambil *footage*, 2) Mengedit video menggunakan aplikasi Capcut, 3) Membuat *caption* dan 4) Mempublikasikan ke sosial media. Kegiatan pelatihan tersebut

dilaksanakan di luar kelas sehingga peserta dapat lebih leluasa mengeksplorasi bagian dari sekolah yang akan dimasukkan ke dalam video profil. Selama proses pembuatan konten, setiap kelompok didampingi oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk membantu peserta dalam pemilihan *footage* dan pengeditan video. Pada kegiatan ini, peserta sangat antusias memproduksi konten dimana terdapat 20 konten video profil sekolah yang berhasil dibuat. Dari konten yang sudah dibuat, peserta mempublikasikan hasil karyanya pada akun pribadi masing-masing dengan menandai sekolah peserta.

4. Kesimpulan

Secara keseluruhan, program *Schoolaborasi* ini telah berhasil dilaksanakan. Hal tersebut ditunjukkan dengan antusias peserta dan terdapat peningkatan keterampilan dalam memproduksi konten sosial media. Hasil dari kegiatan ini, siswa telah berhasil memproduksi sebanyak 20 konten video profil sekolah. Dari konten yang sudah dibuat, peserta mempublikasikan hasil karyanya pada akun pribadi masing-masing dengan menandai akun SMA Muhammadiyah 1 Muntilan.

Daftar Pustaka

- Agustini, P. (2023). Indeks Literasi Digital Indonesia Kembali Meningkatkan Tahun 2022. *Aptika.Kominfo.Go.Id*. <https://aptika.kominfo.go.id/>
- Nugraha, D. (2022). Literasi Digital dan Pembelajaran Sastra Berpaut Literasi Digital di Tingkat Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(6), 9230–9244. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i6.3318>
- Rohman, F. (2022). 5 Cara Meningkatkan Kemampuan Literasi Digital. *Katadata.Co.Id*. <https://katadata.co.id/>



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License
