

## Peluang Bisnis Menjadi Konten Kreator Di Kalangan Remaja Milenial Pada Era Digital Desa Banjar Kemuning Sedati Sidoarjo

### *Business Opportunities To Become Content Creators Among Milennial Teenagers In The Digital Era Of Banjar Kemuning Sedati Sidoarjo Village*

Suyono<sup>1</sup>, Suhari<sup>2</sup>, Dwi Retnani Srinarwati<sup>3</sup>, Bernadetta Budi Lestari<sup>4</sup>,  
Aldi Wahyu Saputra<sup>5</sup>, Abil Wafa Almaulana<sup>6</sup>,  
Melania Tesa Iana Maya Anugraheni<sup>7</sup>

1Program Studi Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan,  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Kota Surabaya, Indonesia

\*Email: [suyono@unipasby.ac.id](mailto:suyono@unipasby.ac.id)

---

#### **Article History:**

Received: 05 April 2023

Revised: 02 Mei 2023

Accepted: 22 Juni 2023

**Keywords:** Business opportunities,  
Creator Content, Millennial Teens,  
Digital Age

**Abstract:** Content creators appear in various digital media with a variety of works either writing, images, videos, or two combinations of material. In the digital era, which is inseparable from social media among teenagers, it provides a great opportunity for content creators to be creative by making it a business field. The purpose of community service is to motivate teenagers in Banjar Kemuning Village to create business opportunities as content creators. Methods used with lectures. The result of community service is that the training of creator business opportunities among millennial teenagers provides a way to earn income by becoming content creators on social media.

#### **Abstrak**

Konten kreator bermunculan dalam berbagai media digital dengan beraneka ragam karya baik tulisan, gambar, video, atau dua gabungan dari materi. Pada era digital yang tidak terlepas dari media sosial di kalangan remaja memberikan peluang besar untuk konten kreator berkreasi dengan menjadikannya ladang bisnis. Tujuan pengabdian masyarakat untuk memotivasi kalangan remaja di Desa Banjar Kemuning untuk membuat peluang bisnis sebagai konten kreator. Metode yang digunakan dengan ceramah. Hasil pengabdian masyarakat adalah dengan adanya pelatihan peluang bisnis kreator pada kalangan remaja milenial memberikan jalan untuk mendapatkan penghasilan dengan cara sebagai pencipta konten di sosial media.

**Kata kunci:** Peluang Bisnis, Konten Kreator, Remaja Milenial, Era Digital

## **PENDAHULUAN**

Konten kreator merupakan salah satu dari peluang fenomena bisnis baru dalam bidang industri kreatif (Bahri et al. 2023). Konten kreator bermunculan dalam berbagai media digital dengan berbagai karyanya baik tulisan, gambar, video, atau dua gabungan dari materi tersebut (Fiandra, Budiman, and Ramdhan 2023). Media digital yang diminati oleh kalangan remaja diantaranya salah satunya Instagram dan TikTok (Bulele 2020).

Penggunaan media sosial oleh kalangan remaja memberikan peluang besar untuk konten kreator berkreasi dengan menjadikannya sebagai ladang bisnis (Maharani, Lubis, and Putri 2022). Ladang bisnis dalam era digital tidak terlepas dari modifikasi berbagai konten yang ada dalam dunia media sosial (Karim 2016). Dunia media sosial disemarakkan dalam beberapa bidang yakni game, entertainment, fashion, food, lifestyle, automotive, dan lain-lain (Ahmad and Paim 2012). Penyebaran beberapa konten atau materi seorang konten kreator terletak dari pengguna atau sasaran dalam hal ini kalangan remaja (Yulia and Mujtahid 2023).

Kalangan remaja yaitu masa remaja yang memiliki umur belasan tahun (Prihatiningsih 2017). Umur belasan tahun dalam hal ini tidak dapat dikatakan dewasa maupun anak-anak (Prihatiningsih 2017). Umur belasan tahun memiliki ketertarikan terhadap hal baru terutama dalam hal media digital. Media digital yang dikemas secara menarik merupakan hal mutlak untuk dapat dilirik dan digandrungi oleh banyak orang (Sari and Utami 2021). Hal itulah yang memberikan peluang bisnis generasi milenial untuk menjadi konten kreator pada media sosial.

Konten kreator seiring berkembangnya teknologi digital membutuhkan strategi menarik dan jeli (Sya'dian et al. 2022). Strategi seorang konten kreator dibutuhkan agar menyajikan berbagai hasil dari kreatifitas yang dilakukan seperti strategi dari mempromosikan hasil budidaya di daerahnya atau berjualan secara pribadi. Kreatifitas tidak serta merta dapat hadir tanpa adanya tim konten kreator yang saling mendukung (Kurnia and Wijayanto 2020 dan Wahyuningtyas, dkk, 2023). Saling mendukung antar sesama remaja milenial di era digital adalah salah satu cara untuk menunjang peluang bisnis seorang untuk menjadi konten kreator (Purwani 2021).

## **METODE**

Metode yang digunakan dalam Pengabdian Masyarakat dengan pertemuan luring dengan menggunakan metode ceramah dan memberikan pelatihan kepada masyarakat khususnya Pemuda desa Banjar Kemuning. Program ini dilakukan dengan perencanaan yang sangat matang, Adapun lokasi PPM yang dipilih di Desa Banjar Kemuning Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo.

Batas-batas Desa Banjar Kemuning Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo sebagai berikut:

Gambar 1. Peta Desa Banjar Kemuning

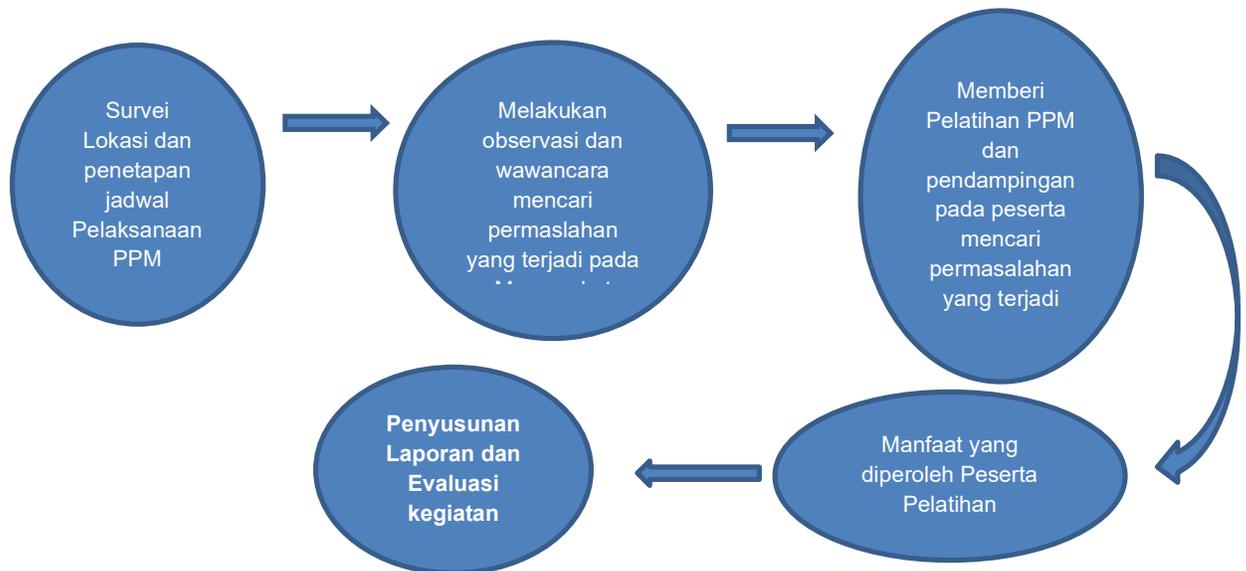


Sumber:

<https://www.google.com/search?q=Peta+desa+Banjar+Kemuning+kecamatan+Sdati&hl=en>

Alur pelaksanaan dalam Pengabdian Pada Masyarakat diawali dengan registrasi kehadiran para peserta, berikutnya dilaksanakan Ceramah Palatihan peluang Bisnis menjadi konten creator di Kalangan Remaja Milenial pada era digital desa Banjar Kemuning Sedati Sidoarjo, dengan durasi waktu 60 menit, berikutnya pelatihan Konten creator. Peserta yang didampingi oleh Para Dosen PPKn Prodi PPKn Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora selama 120 menit. Dengan metode pelaksanaan sebagai berikut:

Gambar 2. Tahap Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat



Sumber : Diagram Rancangan Pengabdian Pada Masyarakat (2023)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat dan kelompok pemuda dan karang taruna Desa Banjar kemuning sangat aktif dan antusias dalam partisipasi kegiatan pembangunan di Desa Banjar Kemuning. Terobosan teknologi di bidang mikro- elektronika, bio teknologi, telekomunikasi, komputer internet, serta robotik sudah mengganti secara mendasar cara-cara kita meningkatkan serta mentransformasikan teknologi ke dalam zona produksi serta jasa dengan teknologi tinggi (Ngafifi 2014) Dosen PPKn dan mahasiswa mencoba memberikan PPM dengan 5 tahapan yang sudah dipersiapkan secara matang, Adapun Langkah yang dilakukan sebagai berikut :

### 1. Survei Lokasi dan Penetapan Jadwal Pelaksanaan PPM

Persiapan Dosen PPKn dan mahasiswa memilih lokasi di Desa Banjar Kemuning, yang akan digunakan dalam PPM dengan memilih topik Peluang bisnis menjadi konten kreator di kalangan remaja milenial pada era digital Desa Banjar Kemuning Sedati Sidoarjo, dari beberapa desa yang telah diamati yang cocok dan tepat untuk PPM tersebut adalah Desa Banjar Kemuning, dengan beberapa pertimbangan selain Kepala desa selalu terbuka dan bisa ditemui sewaktu-waktu kapan saja kita temui, didukung oleh Masyarakat, Pemuda dan Karangtaruna yang sangat aktif dan berpartisipasi dalam Pembangunan di desanya, Para Pemuda, dan Karang Taruna telah mahir dalam mengoperasikan Komputer dan gadget android dengan baik dan cepat.

### 2. Melakukan observasi dan wawancara mencari permasalahan yang terjadi pada Masyarakat

Masyarakat, pemuda dan karang taruna Desa Banjar Kemuning sangat antusias sekali untuk berpartisipasi dalam membangun dan memajukan desanya. Setiap event pembangunan desa masyarakat terutama pemudanya sangat antusias untuk berpartisipasi dalam pembangunan Desanya. Dicontohkan Kegiatan yang telah dilakukan dalam event setiap tahun kegiatan tujuh belas Agustus para pemuda dan karang taruna Banjar Kemuning selalu tampil di depan, kegiatan tujuh belas Agustus diawali dengan Pembentukan Panitia Tujuh Belas Agustus oleh Kepala Desa Banjar Kemuning, Pemuda dan Karang Taruna mempersiapkan jadwal pelaksanaan dengan matang dan mempersiapkan hal hal yang berkaitan dengan pelaksanaan tujuh belas Agustus, dan pada pelaksanaan kegiatan tujuh belas Agustus semua berjalan lancar sesuai perencanaan. Pada event kegiatan pembangunan desa serta kegiatan-kegiatan pelatihan yang dilakukan di desa Banjar Kemuning, para pemuda dan karang taruna selalu tampil di depan, para pemuda

dan karang taruna selalu berpartisipasi dalam Pembangunan mulai perencanaan, pelaksanaan sampai evaluasi, para pemuda selalu terlibat dalam semua kegiatan Pembangunan. Para pemuda dan karang taruna sangat familier dalam mengoprasionalkan perangkat Komputer dan sangat canggih dalam mengoprasikan HP android, dan para pemuda dan karang taruna memiliki link dan jaringan antar pemuda dan karangtaruna di Desa Banjar kemuning.

Penelitian terdahulu yang dilakukan (Hermawan 2018) mengungkapkan Lahirnya conten creator sebagai profesi menjadi wujud inovasi industry kreatif dengan bantuan media sosial di dunia Bisnis. Tak hanya itu content creator membuka peluang bagi siapapun yang membuat sebagai jati diri secara utuh ( personal branding), sekaligus mendapatkan penghasilan melalui bisnis baru. Baik influencer, endorsement, campaign dan lain sebagainya. Dalam penelitian juga dibahas (1) fenomena content creator dalam industry kreatif, (2) kaitan conten creator dengan personal branding, (3) peran media social dalam menunjang profesi content creator. Dalam penelitian tidak diungkapkan etika dalam mengaplikasikan conten creator yang baik.

(Octavia Isroisholikah 2022) produk pastinya dari sisi promosi pula ialah faktor yang berarti. Bersamaan berjalannya waktu, strategi dalam mempromosikan produk turut tumbuh, aspek- aspek yang dapat membantu berkembang dengan pesatnya suatu produk dalam periklanan diantaranya ialah pengaruh dari seorang public figur. Dalam penelitian ini bertujuan buat menganalisis daya guna strategi promosi yang digunakan, khusus nya dengan menggunakan pengaruh dari content creator pada masa digital. Salah satu aspek yang mendasari keberhasilan pemasaran melalui media sosial adalah dengan menggunakan metode menunjuk orang atau figur, yang dianggap memiliki pengaruh diantara masyarakat atau target konsumen ini disebut sebagai influencer marketing

(Maharani, Lubis, and Putri 2022) menyajikan tema- tema dalam wujud narasi serta melaksanakan interpretasi informasi. Hasil hasil menampilkan kalau keempat subjek ialah subjek S, N, P, serta A mempunyai orientasi masa depan serta perencanaan karir yang berbeda- beda walaupun mempunyai profesi yang sama selaku content creator. Subjek S, P, serta A mempunyai pengalaman yang lumayan dalam bidang handal semacam konvensi bisnis sehingga ketiga subjek mempunyai persiapan yang matang hendak perihal ini. Sebaliknya pada subjek N aspek terbanyak yang nampak merupakan motivasinya yang bersemangat dalam profesi barunya selaku content creator yang masih perlu waktu serta peluang dalam bermacam kesempatan bisnis cocok dengan tujuannya di masa yang dating, dalam penelitian tidak diungkapkan konten creator yang baik dan beretika.

Para pemuda dan karang Taruna selain canggih mengoperasikan HP Android dengan bagus dan juga bisa mengoperasikan Komputer sangat piawi dan juga dalam bekerja sering pindah pindah pekerjaan, dari tempat satu ke tempat lain, paling lama dalam bekerja dalam satu pekerjaan hanya bertahan setahun dengan kepindahan dari satu tempat ke ke tempat lain karena Para pemuda dan karangtaruna tidak menikmati pekerjaan dan merasa tidak nyaman

Berpindah pindah pekerjaan tidak boleh dianggap gampang, karenakan pemilik bisnis bertanggungjawab untuk menyelesaikannya, generasi yang sering berpindah-pindah pekerjaan adalah disinyalir generasi milenial. mengenai karakteristik kepribadian generasi milenial adalah sebagai berikut:

1. Tidak sabar, tidak mau rugi, banyak menuntut. Generasi ini terbiasa dengan hal-hal instan dan cenderung tidak sabar.
2. Percaya diri dan optimis.
3. Sangat bergantung pada tim.
4. Semangat luar biasa.
5. Selalu bertanya “*Why ?*”, dimana mereka memiliki keingintahuan yang besar dan menerima informasi dengan jelas, ringkas dan transparan.(Sukoco, Fu’adah, and Muttaqin 2020)

Masyarakat, Pemuda dan karangtaruna kurang pengetahuan tentang content creator pada industry kreatif, kebanyakan masyarakat, pemuda dan karangtaruna hanya sekedar mengetahui informasi dan belum bisa mengaplikasi cara penerapan content creator untuk memanfaatkan industry kreatif yang dapat menciptakan peluang usaha dan sangat keterbatasan literasi tentang konten yang telah dibuat dan dampaknya.

### 3. Memberi Pelatihan PPM dan pendampingan pada peserta

Kegiatan Pemberian materi Pelatihan PPM diawali dengan registrasi peserta yang hadir, baik masyarakat, pemuda dan karangtaruna, naras umber dipilih dari Mahasiswa PPKn yang memiliki keahlian dalam bidang konten creator, pemateri tersebut namanya Pandu Rudy Widyatama memberikan materi kesempatan bisnis jadi konten creator dan perangkat yang digunakan dalam Peluang bisnis menjadi konten kreator di kalangan remaja milenial perangkat yang digunakan bisa memakai komputer/PC dan *smartphone*.

Perangkat baik Komputer atau smart phone android dapat dipakai untuk mentrasfer konten dengan cepat dan tepat. Selain itu pengguna diijinkan untuk mengunduh dan menginstal beberapa aplikasi secara cuma-cuma dari Google Store atau Apple App Store di ponsel mereka.

Mula mula pemateri memberikan pengantar mengenai definisi konten creator buat membuka peserta yang partisipan, berikutnya menjabarkan manfaat dan keuntungan yang didapat kalua menekuni konten creator, dilanjutkan dengan panduan metode dan trick kalua mnjadi konten creator pemula, penyampaian materi sudah berakhir dilanjutkan dengan tanya jawab dan diskusi serta menganalisis apa yang menjadi kendala dari peserta. Dalam diskusi dan tanya jawab di pandu langsung oleh Bapak Suhartono, S.Pd., M.Pd, kegiatan tanya jawab dan diskusi berjalan lancar. Menciptakan sebuah konten video dibutuhkan beberapa tahapan mulai dari menulis naskah, atau konsep video yang akan diciptakan, cameramen, actor, editor, dalam sebuah video.(Ikhsanto 2020) Tahap berikutnya praktek pembuatan konten creator oleh peserta pelatihan yang didampingi para Dosen PPKn, praktek pembuatan konten creator berjalan lancer semua peserta yang hadir mengikuti dengan antusias.

Gambar 2. Penyampaian Materi dan diskudi Bersama peserta



Sumber : Dokumen Pengabdian Masyarakat (2023)

Membuat conten creator perlu disediakan informasi yang cukup dan ter-update dan dengan mudah untuk dipahami, guna warga masyarakat gampang memahami, dan semoga peserta memliki ketrampilan yang dibutuhkan untuk menjadi creator konten digital, berikutnya bisa memakai ketrampilan tersebut untuk menjadi creator konten digital sehingga bisa memakai ketrampialn tersebut dengan baik bisa menjadi teknopreneur di Abad 21.

#### 4. Manfaat yang diperoleh Peserta Pelatihan

Adapun manfaat yang di terima peserta selama mengikuti pelatihan PPM dan pendampingan para creator konten dalam usahanya memanfaatkan industry kreatif dalam program Pengabdian Masyarakat Dosen PPKn sebagai berikut :

- a. Peserta khususnya Pemuda dan karang Taruna berterima kasih kepada tim Dosen PPKn dari Prodi PPKn FISH Universitas PGRI Adi Buana Surabaya karena dengan adanya Pelatihan ini ini mereka mendapatkan teori, pelatihan, praktek dan pemahaman yang lebih mendalam bisa menjadi seorang content creator.
- b. Peserta memperoleh pemahaman tentang memanfaatkan khususnya media sosial sebagai salah satu alternatif sumber penghasilan.
- c. Peserta bisa memahami bagaimana cara awal bermedia sosial yang baik dan benar dalam peran *content creator*.

#### **KESIMPULAN**

Simpulan kegiatan pengabdian masyarakat “Pelatihan peluang bisnis menjadi konten kreator di kalangan remaja milenial pada era digital Desa Banjar Kemuning Sedati Sidoarjo, merupakan langkah kegiatan literasi digital, pada generasi milenial pemuda dan karangtaruna dalam memakai media social secara efisien dan bijak juga tetap menjalankan etika dengan baik. Guna menjadi individu pengembang konten yang handal, ketrampilan desain grafis, satu-satunya alat yang dibutuhkan dalam membuat konten. Perkembangan industry mewajibkan pemakaian media social sebagai wadah penyebaran informasi, keterlibatan pengguna dan pembuatan konten. Membuka jalan untuk mendapatkan penghasilan. Bagaimana tenaga kerja ini bisa memakai computer internet, serta memakai media sosial dalam memakai program contoh Microsoft Office. Ini sebagai titik awal untuk pengembangan inovatif individu caontoh dalam pelatihan desain memakai Canva saat ini, untuk menghabiskan waktu sebagai pencipta konten.

Pengembangan desain bisa membantu individu guna memperoleh pekerjaan di industry kreatif contoh pembuatan poster, kaos serta media cetak yang lain. Dalam dunia kerja perkembangan teknis contoh desain grafis bisa membantu banyak guna mendapatkan pekerjaan dan bisa mengembangkan bisnisnya sehingga asetnya bertambah terus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nor Fairani, and Laily Paim. 2012. "Income Poverty Status and Well-Being of the Vulnerable Households in Malaysia: A Comparative Study." In , 171.
- Bahri, Halida, Masriadi Masriadi, Kamaruddin Kamaruddin, and Cut Andyna. 2023. "Pelatihan Konten Kreator Untuk Meningkatkan Pendapatan Generasi Milineal Di Desa Lancang Garam, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe." *Academica: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1 (1).
- Bulele, Yohana Noni. 2020. "Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok." In , 1:565–72.
- Fiandra, Yosa, Arief Budiman, and Zaini Ramdhan. 2023. "PELATIHAN PEMBUATAN VIDEO KONTEN KREASI DI SOSIAL MEDIA UNTUK GURU DAN SISWA MA YUPPI SOREANG KABUPATEN BANDUNG." *DIMASTEK (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Berbasis Teknologi)* 3 (1): 13–18.
- Hermawan, Daniel. 2018. "Content Creator Dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding Dalam Media Sosial." *E-Jurnal Universitas Katolik Parahyangan*, no. 1: 1–12.
- Ikhsanto, jurusan teknik mesin Laily Noor. 2020. *Pembuatan Konten Dan Editor Bangga Surabaya "Jamu Tradisional Empon-Empon" Di Humas Pemerintahan Kota Surabaya*. Vol. 21.
- Karim, Abdul. 2016. "Dakwah Melalui Media: Sebuah Tantangan Dan Peluang." *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam* 4 (1).
- Kurnia, Novi, and Xenia Angelica Wijayanto. 2020. "Kolaborasi Sebagai Kunci: Membumikan Kompetensi Literasi Digital Japelidi." *Dalam N. Kurnia, L. Nurhajati, SI Astuti, Kolaborasi Lawan (Hoaks) COVID-19: Kampanye, Riset Dan Pengalaman Japelidi Di Tengah Pandemi. Yogyakarta: Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Gadjah Mada*.
- Maharani, Putri Shamira, Hairani Lubis, and Elda Trialisa Putri. 2022. "Orientasi Masa Depan Dan Perencanaan Karir Pada Remaja Content Creator Di Samarinda." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 10 (2): 353. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i2.7698>.
- Ngafifi, Muhamad. 2014. "Kemajuan Teknologi Dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya." *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi* 2 (1): 33–47. <https://doi.org/10.21831/jppfa.v2i1.2616>.
- Octavia Isroissholikhah, Wiwin. 2022. "Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital." *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan* 2 (1): 121–28. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>.
- Prihatiningsih, Witanti. 2017. "Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja." *Communication* 8 (1): 51–65.
- Purwani, Diah Ajeng. 2021. *Pemberdayaan Era Digital*. Bursa Ilmu.

- Sari, Yulia, and Nadia Wasta Utami. 2021. "Komunikasi Pemasaran Digital Sebagai Tantangan Teknologi." *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik* 1 (1): 1–14.
- Sukoco, Iwan, D N Fu'adah, and Zaenal Muttaqin. 2020. "Work Engagement of Millennial Generation Employees." *Jurnal Pemikiran, Penelitian Administrasi Bisnis & Kewirausahaan* 5 (3): 263–81.
- Sya'dian, Triadi, Muhammad Ali Mursid Alfathoni, Rinanda Purba, Giovani Giovani, and Yoanda Paimin. 2022. "Strategi Kreatif Content Creator Potensi Utama Dalam Memproduksi Video Obrolan Bisnis Dan Kewirausahaan (Obkan)." *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)* 2 (2): 33–40.
- Wahyuningtyas, A. D., Kusmaharti, D., & Yustitia, V. (2023). Project Based Learning Assisted with Flashcard Media and Mathematics Problem-Solving Ability of Elementary School Students. *Hipotenusa: Journal of Mathematical Society*, 5(1), 15-28.
- Yulia, Irla, and Iqbal Miftakhul Mujtahid. 2023. "FENOMENA CONTENT CREATOR DI KALANGAN REMAJA CITAYAM FASHION WEEK." *Warta Dharmawangsa* 17 (2): 677–90.