

KONTEN YOUTUBE DAN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN POTENSI EKONOMI PADA KELOMPOK DASAWISMA

Saripah¹, Maemunah Nurmaya Sari², Rita Sugiarti³

Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia^{1,2,3}

saripah@unindra.ac.id¹, maemunah.nurmaya@unindra.ac.id², Ritasugiarti1201@gmail.com³

ABSTRAK

Menggunakan media sosial bukan hanya untuk bersenang-senang; itu juga bisa membantu orang menghasilkan uang dengan cara yang berbeda. Dengan materi yang sudah ada, dimungkinkan untuk menghasilkan lebih banyak uang tanpa harus bekerja di kantor. Kelompok dasawisma juga bisa menghasilkan lebih banyak uang dengan melakukan berbagai hal, seperti mendapatkan lebih banyak orang untuk menonton video yang mereka buat tentang memasak, bertani, pekerjaan sosial, atau hal-hal lain yang mereka lakukan. Sebagai bagian dari proyek pengabdian masyarakat ini, akan ada pelajaran pelatihan tentang cara menggunakan konten YouTube dan TikTok untuk meningkatkan ekonomi. Para wanita yang seharusnya berpartisipasi adalah ibu-ibu yang merupakan bagian dari Kelompok Dasawisma di RT 010 RW 02 Tanjung Barat Jagakarsa, Jakarta Selatan. Pelaksanaan dimulai dengan sambutan dan pengenalan. Materi kemudian dipresentasikan, ada sesi tanya jawab, dan ada diskusi. Akhirnya, pertemuan tersebut diakhiri. Hasil dari tindakan ini adalah lebih banyak pengetahuan, wawasan, dan informasi tentang bagaimana YouTube dan TikTok

Kata Kunci: Peningkatan Kreativitas, Potensi Ekonomi, Konten Youtube dan TikTok

Received:
Desember 2024

Accepted:
Desember 2024

Published:
Januari 2025

PENDAHULUAN

Banyak bagian dari masyarakat, termasuk ekonomi, telah mengalami transformasi mendalam sebagai akibat dari proliferasi TIK. Youtube dan TikTok, antara lain, telah berkembang menjadi alat promosi yang kuat untuk merek dan layanan, serta untuk mendorong keterampilan pembuatan konten pengguna. Pelatihan pembuatan konten di platform digital ini dapat menjadi strategi yang ampuh untuk mengembangkan potensi ekonomi mereka. Berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 202,6 juta orang, dengan 90% di antaranya aktif di media sosial (APJII., 2021). Data ini menggambarkan peluang besar bagi masyarakat untuk memanfaatkan platform digital demi mendukung perekonomian lokal.

Dasawisma, sebagai wadah pemberdayaan masyarakat, memiliki peran penting dalam mengembangkan ekonomi lokal melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan. Melalui pelatihan konten YouTube dan TikTok, anggota Dasawisma diharapkan dapat mempelajari cara membuat konten yang menarik dan relevan, serta memahami strategi pemasaran digital yang efektif. Penelitian menunjukkan bahwa konten video memiliki tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan dengan bentuk konten lainnya, yang dapat meningkatkan visibilitas produk dan jasa yang mereka tawarkan (Wong, 2020).

Dengan memanfaatkan platform ini, kelompok Dasawisma dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan pendapatan mereka. Dalam pelatihan ini, peserta akan diajarkan tentang teknik

MENINGKATKAN KREATIVITAS DALAM BENTUK WADAH POTENSI EKONOMI MELALUI KONTEN YOUTUBE DAN TIKTOK

Saripah, Sari & Sugiarti. (2025)

pembuatan video, editing, serta cara mempromosikan konten mereka agar dapat menarik perhatian pengguna. Selain itu, penting bagi peserta untuk memahami algoritma platform yang digunakan agar konten yang mereka buat dapat lebih mudah ditemukan oleh audiens.

Menurut laporan dari Hootsuite, video yang diunggah di media sosial memiliki kemungkinan 1200% lebih banyak untuk dibagikan dibandingkan dengan teks dan gambar (Prawiranegara, n.d.). Oleh karena itu, pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar anggota Dasawisma dapat bersaing di pasar digital.

Dalam konteks ekonomi, pelatihan ini juga diharapkan dapat menciptakan peluang usaha baru bagi anggota Dasawisma. Dengan kemampuan untuk membuat konten yang menarik, mereka dapat mempromosikan produk lokal, seperti kerajinan tangan, makanan khas, atau layanan lainnya. Penelitian menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial dapat meningkatkan penjualan hingga 30% (Statista, 2021). Oleh karena itu, pelatihan konten ini bukan hanya sekadar meningkatkan keterampilan, tetapi juga berpotensi untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu tugas utama PKK (Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga) adalah mendukung pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui pemberdayaan perempuan dan optimalisasi potensi masyarakat. Sebagai mitra pemerintah di tingkat desa dan kelurahan, PKK berfokus pada pelaksanaan program yang bertujuan menciptakan keluarga yang mandiri, harmonis, dan sejahtera. Beragam kegiatan yang diselenggarakan PKK bertujuan untuk mendorong peran aktif perempuan dalam pembangunan, sekaligus memobilisasi masyarakat agar terlibat dalam berbagai program sosial yang memberikan manfaat langsung bagi kesejahteraan komunitas (Pusdatin Kemendagri, 2021).

Program kelompok Dasawisma PKK mencakup berbagai kegiatan seperti bakti

sosial, arisan, pembuatan jamban, sumur, dan pengembangan dana sehat, termasuk program makanan tambahan (PMT), pengobatan ringan, serta pembangunan sarana pengelolaan sampah dan limbah. Selain itu, data setiap kepala keluarga diperbarui melalui program perbaikan gizi keluarga dan keluarga berencana (KB) (Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2021). Dalam era digital, platform seperti YouTube dan TikTok memberikan peluang baru bagi kelompok Dasawisma untuk mempublikasikan kegiatan mereka. Dengan memanfaatkan media ini, kegiatan yang dilakukan tidak hanya mendukung kesejahteraan sosial, tetapi juga dapat menjadi peluang ekonomi yang signifikan bagi keluarga dan masyarakat.

YouTube adalah situs web berbagi video di mana orang dapat mengunggah, menonton, dan berbagi video. Menurut kutipan berikut, kemungkinan YouTube menjadi ajang promosi produk atau jasa semakin meningkat. Hal ini terlihat dari semakin beragamnya iklan yang muncul di video-video yang diunggah di YouTube, yang menunjukkan bahwa produsen dan pembuat konten dapat memperoleh lebih banyak uang. Dari sisi konten kreator bisa mendapatkan penghasilan iklan melalui Google AdSense dan dari sisi pihak yang menayangkan iklan tentu saja bisa mendongkrak peningkatan omzet". (Sari et al., 2022)

Namun, TikTok adalah "platform media sosial yang populer di kalangan remaja yang menawarkan berbagai konten video yang menarik dan menghibur, seperti tarian, sinkronisasi bibir, dan humor" (Anggraini et al., 2023). Video yang diunggah ke akun YouTube dan aplikasi tiktok ini juga dapat menjadi kenangan bagi para ibu-ibu PKK dan orang lain yang ingin mengetahui perkembangan PKK di daerah tersebut. Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim penyusun bekerja sama dengan Kelompok Dasawisma PKK RT 010 RW 02 kelurahan Tanjung Barat, kecamatan Jagakarsa, kota administrasi Jakarta Selatan untuk memberikan

Untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga dan masyarakat lingkungan tetangga, pelatihan yang berkaitan dengan peningkatan potensi ekonomi diunggah pada akun YouTube dan TikTok.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan dua pendekatan utama, yaitu ceramah dan tutorial, yang bertujuan untuk menyampaikan pemahaman dan memberikan keterampilan praktis kepada peserta.

1. Observasi

Para tim menilai sejauh mana pengetahuan para ibu rumah tangga mengenai monetisasi melalui saluran YouTube dan aplikasi TikTok.

2. Diskusi

Peserta dan pemateri bersama-sama meneliti strategi yang dapat diterapkan oleh kelompok dasawisma untuk menarik perhatian penonton dan menghasilkan konten yang menarik di YouTube dan TikTok.

3. Dokumentasi

Fasilitas yang digunakan dalam Pengabdian Masyarakat ini mencakup ruangan-ruangan yang digunakan.

4. Presentasi

Untuk menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan konten dan taktik untuk memonetisasi saluran YouTube dan aplikasi TikTok.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam beberapa tahap, yang meliputi:

1. Tahap Persiapan

a. Melakukan survei awal untuk memahami kebutuhan dan potensi kelompok Dasawisma dalam hal pemanfaatan teknologi digital untuk ekonomi.

b. Pengumpulan Data Dasawisma; Mengidentifikasi jumlah dan profil kelompok Dasawisma, produk yang

dihasilkan, serta kendala yang mereka hadapi dalam pemasaran produk.

- c. Perencanaan program pelatihan dan pendampingan untuk kelompok Dasawisma bertujuan untuk meningkatkan literasi digital mereka, dengan fokus pada penguasaan teknologi dalam pemasaran produk. Kegiatan dimulai dengan melakukan asesmen terhadap tingkat kemampuan teknologi anggota kelompok Dasawisma. Hasil asesmen ini akan menjadi dasar untuk merancang materi pelatihan yang sesuai, mulai dari tingkat dasar hingga lanjutan.
- d. Pembuatan proposal, tim pelaksana abdimas membuat proposal kegiatan pelaksanaan abdimas untuk mendapatkan persetujuan dan izin pelaksanaan untuk kegiatan ini.
- e. Pengajuan perijinan, tim pelaksana abdimas mengajukan perijinan kepada Kepala Pusat Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Indraprasta PGRI dan mitra yaitu RT 010 RW 02 Tanjung Barat, Jagakarsa, Jakarta Selatan

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini akan dilaksanakan pada hari Senin, 13 Mei 2024, bertempat di ruang serbaguna rumah Ketua RT 010 RW 02, Tanjung Barat, Jagakarsa, Jakarta Selatan. Kegiatan ini akan dimulai pukul 08.00 WIB dan berlangsung hingga selesai, dengan melibatkan anggota kelompok Dasawisma serta warga setempat yang tertarik untuk mengikuti pelatihan dan pendampingan.

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan akan diawali dengan sesi pembukaan yang mencakup pengenalan tujuan program, serta pentingnya literasi digital dalam meningkatkan potensi ekonomi kelompok Dasawisma. Setelah itu, pelatihan akan dimulai dengan materi pengenalan platform digital, yaitu YouTube dan TikTok, sebagai alat pemasaran produk.

MENINGKATKAN KREATIVITAS DALAM BENTUK WADAH POTENSI EKONOMI MELALUI KONTEN YOUTUBE DAN TIKTOK

Saripah, Sari & Sugiarti. (2025)

Setelah sesi pengenalan, peserta akan dibimbing untuk membuat akun pada kedua platform tersebut. Selanjutnya, materi akan dilanjutkan dengan tutorial pembuatan konten sederhana, mulai dari pengambilan video hingga dasar-dasar pengeditan yang relevan dengan produk lokal yang mereka hasilkan. Para peserta juga akan diajarkan cara memanfaatkan fitur-fitur yang ada di platform untuk memaksimalkan interaksi dengan audiens.

Setelah sesi pelatihan selesai, tim pengabdian akan memberikan pendampingan teknis untuk membantu peserta dalam mengimplementasikan apa yang telah dipelajari. Pendampingan ini akan berlangsung selama beberapa jam agar peserta merasa nyaman dalam menggunakan teknologi dan memulai langkah pertama mereka dalam memasarkan produk secara digital.

Proses pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari empat tahap: pembukaan, penyampaian materi, sesi tanya jawab dan diskusi, serta ramah tamah. Pada tahap pembukaan, mitra memimpin doa untuk memulai acara, diikuti dengan sambutan dari mitra dan tim pelaksana. Kemudian, ketiga tim pelaksana menyampaikan materi mereka. Materi yang disampaikan dalam pengabdian kepada masyarakat meliputi:

Materi 1 Membuat Saluran YouTube

Selama sesi ini, kami membahas proses pembuatan akun YouTube, mengunggah video ke akun tersebut, dan membiasakan diri dengan berbagai alat yang tersedia untuk saluran YouTube. Beberapa materi yang disampaikan dapat dilihat pada gambar berikut:

1. Pembuatan Akun YouTube:

- Membuat saluran YouTube dimulai Langkah-langkah pembuatan akun YouTube menggunakan Google Account.
- Mengatur profil saluran YouTube, termasuk menambahkan foto profil dan deskripsi saluran.

- Memastikan pengaturan saluran sesuai dengan tujuan kelompok Dasawisma, baik dalam hal privasi maupun interaksi dengan audiens.
- Untuk mengunggah video, cukup mengklik logo upload video pada saluran YouTube yang sudah dibuat sebelumnya.

2. Mengunggah Video

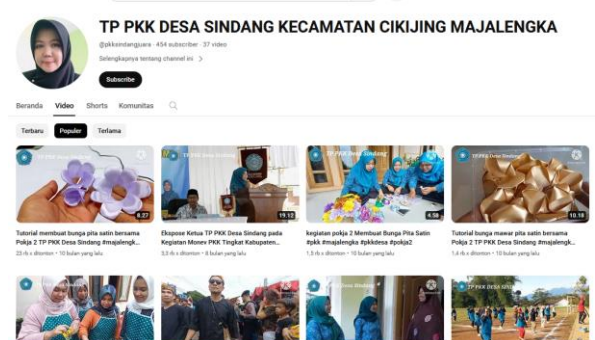
Proses mengunggah video pertama kali ke YouTube, mulai dari pemilihan file video hingga pengaturan judul, deskripsi, dan tag yang relevan. Pentingnya memilih thumbnail yang menarik untuk menarik perhatian penonton. Mengatur pengaturan privasi video, apakah untuk publik, pribadi, atau terbatas.

Siapkan akun
gmail

Siapkan video yang
akan diunggah

buat saluran YouTube
kemudian unggah video

Gambar 1
Ringkasan Alur Membuat Akun YouTube
Sumber: Tim Abdimas, 2024



Gambar 2

Contoh Channel Youtube TP PKK
Desa Sindang

Sumber: Tim Abdimas, 2024

Materi 2 Membuat Akun TikTok dan Membuat Video TikTok

Pelatihan ini mencakup instruksi praktis yang dirancang untuk membantu peserta membuat TikTok perdana mereka. Langkah-langkah yang dijelaskan di bawah ini memastikan bahwa setiap peserta dapat dengan mudah membuat konten yang menarik dan sesuai dengan tujuan pemasaran produk mereka:

1. Pembuatan Akun TikTok

Peserta diminta mengunduh aplikasi TikTok melalui Google Play Store atau Apple App Store (jika belum terpasang). Setelah aplikasi terunduh, buka TikTok dan ketuk profil di kanan bawah untuk memilih metode pendaftaran menggunakan email, nomor telepon, atau akun media sosial (Facebook/Google). Pastikan alamat email dan nomor telepon valid untuk keperluan login dan pemulihan kata sandi. Setelah mendaftar, lengkapi profil dengan foto/logo representatif dan tambahkan deskripsi singkat tentang kelompok Dasawisma atau produk yang ditawarkan.

2. Menjelajahi Fitur TikTok

Peserta diberikan pemahaman dasar tentang antarmuka TikTok, termasuk For You Page untuk menemukan konten populer dan halaman profil pribadi. Instruksi juga diberikan mengenai cara menggunakan fitur kamera TikTok untuk merekam video, baik secara vertikal maupun horizontal.

3. Membuat Video Perdana

Peserta diajarkan memilih musik atau suara dari perpustakaan TikTok atau mengunggah suara sendiri yang relevan

dengan produk. Mereka dilatih untuk merekam video dengan menekan tombol rekam, memilih durasi (15, 30, atau 60 detik), dan menerapkan teknik pengambilan gambar yang menarik. Selain itu, peserta diperkenalkan dengan efek visual dan filter di TikTok untuk mempercantik video mereka.

4. Menambahkan Teks dan Stiker

Peserta diajarkan cara menambahkan teks pada video untuk menyampaikan pesan, seperti informasi produk. Mereka juga belajar menambahkan stiker atau emoji yang relevan untuk membuat video lebih interaktif dan menarik.

5. Penyuntingan dan Pengaturan

Peserta diajarkan cara memangkas video untuk menghilangkan bagian yang tidak diperlukan, menyempurnakan durasi, dan membuat video lebih padat. Mereka juga diberikan instruksi untuk mengatur kecepatan video dan menambahkan transisi antar klip agar video lebih dinamis dan menarik.

6. Pengunggahan dan Penyebaran Konten

Peserta diberikan petunjuk untuk mengunggah video ke TikTok dan memilih pengaturan privasi (publik, teman, atau pribadi). Mereka juga diajarkan untuk menambahkan hashtag relevan agar video mudah ditemukan. Selain itu, instruksi diberikan untuk berbagi video ke platform lain seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp untuk memperluas jangkauan audiens.

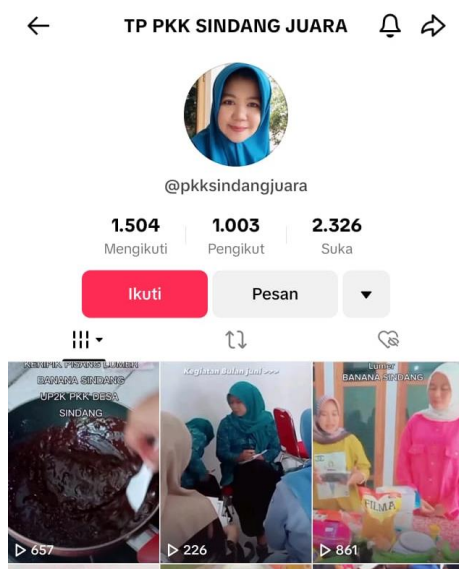
Setelah menyelesaikan materi tentang pembuatan akun TikTok, langkah berikutnya adalah mengunggah video ke masing-masing akun, seperti yang terlihat pada ilustrasi di bawah ini:

1. Untuk memperbaiki kualitas video yang diunggah, peserta dapat menambahkan suara, efek, filter, atau alat kamera lain yang tersedia di fitur TikTok dengan mengetuk ikon (+) di bagian bawah layar Unggah konten.

MENINGKATKAN KREATIVITAS DALAM BENTUK WADAH POTENSI EKONOMI MELALUI KONTEN YOUTUBE DAN TIKTOK

Saripah, Sari & Sugiarti. (2025)

- Setelah itu, peserta dapat mulai merekam video dengan menekan tombol rekam yang terdapat di aplikasi TikTok. Tombol ini akan memungkinkan peserta untuk merekam video sesuai dengan durasi yang diinginkan, serta menambahkan berbagai elemen seperti suara, efek, dan filter selama proses perekaman.
- Selanjutnya, peserta dapat menekan tombol "rekam konten" untuk mulai merekam video, kemudian mengetuk tanda centang setelah selesai merekam. Setelah itu, peserta dapat melakukan editan tambahan di halaman postingan, seperti menambahkan teks, efek visual, musik, atau filter untuk membuat video lebih menarik dan memikat perhatian penonton agar lebih banyak yang menonton video yang diunggah.
- Dilanjut dengan menekan rekam konten dan mengetuk tanda centang dan membuat editan tambahan di halaman postingan untuk lebih menarik penonton untuk menonton video yang diunggah.
- Langkah terakhir adalah memposting video. Setelah semua editan selesai, peserta dapat menekan tombol "Posting" untuk mengunggah video ke saluran TikTok mereka, sehingga video tersebut dapat dilihat oleh penonton dan berpotensi untuk mendapatkan interaksi.



Gambar 3

Contoh Akun TikTok TP PKK Sindang Juara

Sumber: Tim Abdimas, 2024

Materi 3 Tips and Trik Menjadi Content Creator yang Sukses

Sesi ini juga mencakup ceramah dan diskusi. Materi dimulai dengan cara ibu-ibu PKK dan kelompok dasawisma dapat meningkatkan pendapatan keluarga mereka, bahkan anggota kelompok dasawisma. Selain itu, dibahas pula bagaimana menjadi pembuat konten yang baik dan sukses yang dapat menarik perhatian penonton untuk menonton video yang dibuat oleh kelompok dasawisma. Salah satu cara untuk membuat kelompok Dasawisma berkembang dan mendapatkan uang dari saluran YouTube dan aplikasi TikTok adalah dengan membuat mereka menjadi lebih populer. Komisi marketing afiliasi, endorsement, bisnis pribadi, dan Google Adsense memberikan keuntungan. Selain itu, peserta dimotivasi untuk menjadi pembuat konten dan tetap konsisten dalam membuat konten.

7. Tahap Evaluasi

Tahapan evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan, seberapa termotivasi mereka untuk menerapkan materi yang diberikan, serta seberapa banyak peserta yang mempraktekkan apa yang telah diajarkan.

Untuk kelompok dasawisma, fokus utamanya adalah pada pembuatan video yang berkaitan dengan kegiatan TP PKK, seperti bakti sosial dan kegiatan masak-memasak dari kelompok dasawisma. Namun, terdapat juga beberapa anggota kelompok dasawisma yang sudah memiliki channel di aplikasi TikTok, meskipun belum teratur dalam mengunggah video.

Dampak dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah kelompok dasawisma memperoleh pengetahuan, merasa tertarik, dan termotivasi untuk membuat konten di saluran YouTube dan aplikasi TikTok. Sehingga, apabila saluran dan aplikasi

tersebut berkembang, kelompok dasawisma dan anggotanya berpotensi untuk menghasilkan pendapatan secara mandiri.

Berikut ini akan ditampilkan foto kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berlangsung selama 1 hari tersebut.



Gambar 4

Foto Kegiatan dan Foto Bersama
Sumber: Tim Abdimas, 2024

PENUTUP

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang bekerja sama dengan Kelompok Dasawisma RT 010 RW 02 Tanjung Barat Jagakarsa Jakarta Selatan telah selesai dilakukan dan berjalan dengan lancar tanpa ada hambatan apapun. Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Senin, 13 Mei 2024. Berikut adalah beberapa hal yang dapat disimpulkan.

1. Berdasarkan feedback yang diperoleh tim pengusul, kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini sangat menarik dan bermanfaat untuk dilaksanakan karena berkaitan erat dengan perkembangan teknologi yang semakin maju.

MENINGKATKAN KREATIVITAS DALAM BENTUK WADAH POTENSI EKONOMI MELALUI KONTEN YOUTUBE DAN TIKTOK

Saripah, Sari & Sugiarti. (2025)

2. Dikarenakan keterbatasan waktu, sehingga pelatihan ini dirasa masih kurang maksimal. Namun peserta tetap memperoleh tambahan wawasan dan pengetahuan mengenai konten Youtube dan Tiktok

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D., Nurmayasari, M., & Saripah. (2023). *Penggunaan Media Sosial Tik Tok dan Pengaruhnya terhadap Motivasi Berprestasi Siswa SMK Al Khairiyah Bahari Jakarta*. 7, 2239–2244.
- APJII. (2021). *Laporan Survei Internet 2021*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2021). *Panduan Perbaikan Gizi Keluarga dan KB*. Jakarta: Kemenkes.
- Prawiranegara, D. A. R. (n.d.). *Understanding Millennial and Social Media Trend to Promote Village SDGs*.
- Pusdatin Kemendagri. (2021). *Peran PKK dalam Peningkatan Kesejahteraan Keluarga*. . Jakarta: Kemendagri.
- Sari, M. N., Waskito, A., & Saripah, S. (2022). Analysis of the Economic Potential of Porang Plants and Porang Content Creator Through the YouTube Platform. *Sosio E-Kons*, 14(1), 64. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v14i1.12033>
- Statista. (2021). *Social Media Advertising: Statistics and Trends*. Statista Research Department. . Retrieved from <https://www.statista.com>.
- Wong, A. , et al. (2020). The impact of video content on social media engagement. . *Journal of Marketing Research*, 57(2), 189-203.