

Sosialisasi Content Creator Pemula Bagi Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara Sebagai Pendorong Industri Kreatif

**Devy Putri Kussanti¹, Dyah Mustika Wardani², Rohani Lestari Napitupulu³,
Atun Yulianto⁴**

Universitas Bina Sarana Informatika, Jakarta, Indonesia

ABSTRACT: Now with the increasingly advanced development of digitalization, the majority of new media uses are only limited to entertainment media and information media. Even though there are many other advantages of social media that can be utilized optimally. This is what then encourages UBSI lecturers in the Hospitality Study Program to hold community service activities for Youth Karang Taruna, Perwira Village, North Bekasi with a socialization model that carries the theme of novice content creators in the development of creative industries. In addition, there are also many community service participants who still lack information and understanding about content creators that are sustainable with the creative industry. Youth Karang Taruna is currently expected to improve knowledge not only from formal education but from their participation through non-formal activities in order to maximize the culture of creativity in youth.

Keywords: Socialization, Social Media, Content Creator, Creative Industry

ABSTRAK: Kini dengan perkembangan digitalisasi yang semakin maju penggunaan new media mayoritas hanya sebatas sebagai media hiburan dan media informasi. Padahal masih banyak keunggulan media sosial lainnya yang dapat dimanfaatkan secara maksimal. Hal inilah yang kemudian mendorong dosen UBSI prodi Perhotelan mengadakan kegiatan pengabdian masyarakat bagi Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara dengan model sosialisasi yang mengusung tema mengenai content creator pemula dalam pengembangan industri kreatif. Selain itu banyak pula dari para peserta pengabdian masyarakat yang masih kurang informasi dan pemahaman mengenai content creator yang berkesinambungan dengan industri kreatif. Remaja Karang Taruna saat ini diharapkan dapat meningkatkan keilmuan tidak hanyadari pendidikan formal tetapi dari keikutsertaan mereka melalui kegiatan nonformal agar dapat memaksimalkan budaya kreatifitas di masa muda.

Kata Kunci: Sosialisasi, Media Sosial, Content Creator, Industri Kreatif

Submitted: 08-06-2022; Revised: 19-06-2022; Accepted:22-06-2022

Corresponding Author: devy.dpk@bsi.ac.id

PENDAHULUAN

Keberadaan internet saat ini merupakan bentuk dari adanya kemajuan dalam segala hal, yang kedepannya akan memberikan kemudahan setiap manusia dalam melakukan aktifitas sehari-hari. Dengan adanya internet kini manusia dapat dengan mudah mengakses seluruh informasi yang ada diseluruh dunia, dapat melakukan komunikasi tanpa terbatas waktu maupun tempat hingga pada kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan, sebagai media hiburan dan masih banyak lagi kelebihan internet yang dirasakan oleh setiap manusia kini.

Internet menawarkan berbagai fitur layanan yang memudahkan orang untuk saling bertukar informasi dalam waktu yang relatif singkat. Jarak dan perbedaan waktu melebur karena setiap orang dapat mengirim atau mendapatkan informasi dimanapun dan kapanpun, bahkan informasi terbaru yang terjadi di belahan dunia lain dalam waktu yang sangat cepat (Kartajaya, 2010)

Setiap individu membutuhkan informasi guna melengkapi pengetahuan mereka akan banyak hal, karena manusia merupakan makhluk yang serba ingin tahu. Keadaan zaman yang semakin maju khususnya dalam perkembangan ilmu teknologi dan informasi (IPTEK) berdampak pada informasi yang beragam dan dapat dikonsumsi oleh siapa saja. Pada dasarnya kebutuhan tiap individu tidak akan berkurang, dikarenakan selama individu masih hidup mereka dihadapkan pada permasalahan-permasalahan yang pada akhirnya membutuhkan informasi. Tiap individu satu dengan yang lainnya memiliki kebutuhan informasi yang berbeda dan pada dasarnya terjadi dikarenakan adanya kesenjangan antara keinginan dan kenyataan. Dengan adanya kemajuan IPTEK maka komunikasi dan informasi juga semakin beragam.

Industri kreatif di Indonesia semakin menunjukkan perkembangan yang signifikan di awal tahun 2000an. Bahkan sekarang ini sebagian orang mulai memprediksikan pertumbuhan industri kreatif bisa melonjak cukup tinggi yakni hingga mencapai tiga kali lipat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Kondisi ini dapat kita lihat dari pertumbuhan industri kreatif yang semakin hari semakin aktif, sehingga penyerapan tenaga kerja serta kapasitas daya cipta di negara kita mulai merangkak naik dan memberikan dampak yang cukup positif bagi perkembangan ekonomi di Indonesia.

Inilah yang dinamakan era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas yang populer dengan sebutan Industri Kreatif atau Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang bersangkutan di bidangnya. Industri kreatif sendiri merupakan pengembangan konsep berdasarkan modal kreativitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat baik dengan memaksimalkan sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang ada.

Menurut Winasis dan Setyawan (2016) dalam pemanfaatan sumber daya alam akan bisa optimal maka perlu pengetahuan, ketrampilan, dan kreativitas yang dapat memberikan nilai tambah pada dari sebelumnya, misal rotan, merupakan sumberdaya unik di Indonesia, dapat dibuat produk-produk fisik seperti desain, kerajinan dan fesyen memberikan identitas nasional yang dibutuhkan dalam berkompetisi di pasar global. Keragaman sumberdaya alam mini

dapat dijadikan sebagai bahan baku untuk menghasilkan produk industri kreatif. Keberlanjutan sangat dipengaruhi dengan terbangunnya kemitraan dengan prinsip win-win solution. Menurut Simatupang et al. (2012) *knowledge creative* (Pengetahuan yang kreatif), *skilled worker* (pekerja yang berkemampuan), *labor intensive* (kekuatan tenaga kerja) bagi industri kreatif akan menjadi potensial.

Individu yang berhasil dalam mengembangkan sumber daya akan dapat memaksimalkan kemajuan IPTEK dengan baik. Adalah *content creator* yang merupakan profesi seseorang yang membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media, khususnya media digital, seperti YouTube, Instagram, Blogger dan berbagai platform media sosial lainnya (Sayugi, 2018). Seorang *content creator* yang sukses diharapkan mampu (1) mengatur jadwal, (2) mengetahui industry yang dibuat kontennya, (3) mempunyai gaya penulisan yang up to date, (4) berfikir seperti audience dan (5) mempunyai jaringan yang luas (Street, 2014). *Content creator* kini tidak hanya sebagai kegiatan atau hobi seseorang dalam membuat konten tetapi menjadi sebuah profesi yang sangat diminati oleh generasi Z, dimana mereka menganggap bahwa melalui konten mereka dapat menyalurkan apa yang mereka mau dan dapat menampilkan diri mereka apa adanya.

Dengan berbekal kemampuan dalam kemajuan teknologi inilah sudah sewajarnya dapat digunakan dan dimaksimalkan dalam hal yang positif, dimana generasi muda dapat pula melihat aspek perkembangan industri kreatif melalui media sosial dan menjadikan aspek kreatif dalam pembuatan konten mereka. Menurut (Howkins, 2011) ciri-ciri dari industry kreatif adalah (1) memiliki unsur utama kreatifitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual, (2) terdiri dari penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan, (3) siklus hidup singkat, margin tinggi, keanekaragaman tinggi, persaingan tinggi dan mudah ditiru.

Memiliki wadah perkumpulan remaja dikalangan lingkungan sekitar merupakan sebuah kegiatan yang baik. Hal ini untuk mengasah kemampuan non-formal para remaja dalam hal kemandirian dan juga kepemimpinan serta mempertajam insting pergaulan mereka dengan sesama. Demikian pula yang dirasakan oleh Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara yang merupakan wadah remaja untuk memaksimalkan waktu dan kemampuan mereka dalam banyak hal terutama perihal yang tidak mereka dapatkan di sekolah formal. Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara beralamat di RW 09, Kelurahan Perwira, Bekasi Utara.

Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah meningkatkan keingintahuan remaja mengenai pengembangan industry kreatif melalui media sosial/ membuat konten. Sehingga kedepannya bermunculan konten-konten di media sosial yang mengusung kreatifitas remaja dalam hal apapun dan menginspirasi remaja lainnya untuk membuat konten serupa. Kegiatan pengabdian diharapkan

an kedepannya menarik minat remaja untuk tidak hanya belajar tetapi berkreasi melalui media sosial dan membuat konten yang bermanfaat. Pada pelaksanaan Pengabdian Masyarakat saat ini menyesuaikan dengan kondisi yang terjadi pada masa era transisi Covid-19 dan tetap mengikuti instruksi Pemerintah agar menerapkan pembatasan jarak fisik sebagai langkah preventif dalam mencegah penularan virus Corona, sehingga meskipun penyelenggaraannya menggunakan sistem offline tetapi tetap menjaga dan mematuhi peraturan pemerintah.

PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat yang bertemakan “Sosialisasi Content Creator Pemula Bagi Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara Sebagai Pendorong Industri Kreatif” serta sebagai mitrapada pengabdian masyarakat ini adalah Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara dan dilaksanakan pada hari Kamis, 21 April 2022 via offline pada pukul 15.00-18.00 WIB. Adapun peserta yang hadir adalah Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara yang terdiri dari remaja SMP dan SMA. Kegiatan pengabdian masyarakat offline kali ini dihadiri oleh sekitar orangg peserta dari Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara. Sedangkan kepanitiaan yang terdiri dari dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Perhotelan Universitas Bina Sarana Informatika terdiri dari 4 orang dosen yakni Devy Putri Kussanti, M.Si., M.I.Kom, Dyah Mustika Wardani, S.Par., M.M, Rohani Lestari Napitupulu, M.B.A., Atun Yulianto, S.E., M.M dan 3 orang perwakilan mahasiswa prodi Perhotelan yakni Fatkhaq Rohman Yuuki, Muhamma Fahrezi serta Haikal Fajar.

Metode yang dilakukan pada pengabdian masyarakat adalah kegiatan sosialisasi sebagai solusi terhadap permasalahan yang dihadapi Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara. Terdapat beberapa tahap dalam melaksanakan penyuluhan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Perlengkapan presentasi dan persiapan offline yang memadai baik dari pihak panitia maupun pihak sasaran PM, background kegiatan PM, kesiapan peserta PM dari pihak Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara dan perwakilan dari pihak mahasiswa serta MC acara PM.

2. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan dari PM ini dilakukan secara offline yakni di Kampus Universitas Bina Sarana Informatika cabang Kaliabang, Bekasi Utara di Ruang 307. Dalam kegiatan ini mitra berpartisipasi dalam mengikuti pelatihan berdasarkan materi sosialisasi yang diberikan, di mana mitra dapat membaca terlebih dahulu slide materi yang telah diberikan sebelumnya via email dan pada saat sesi tanya jawab peserta diberikan kesempatan untuk bertanya pada tutor.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Panitia akan memberikan kuis dengan memberikan tugas random kepada peserta PM dengan melayangkan pertanyaan perihal contoh dari media social beserta manfaatnya?, Mengapa harus mengetahui kemajuan teknologi komunikasi dan informasi sejak dini?, hingga pada bagaimana cara

mengembangkan potensi industri kreatif dikalangan remaja?. Disamping itu, panitia juga akan memberikan kuesioner terhadap respon peserta sosialisasi terhadap penyelenggaraan PM (kegiatan evaluasi) yang dilakukan guna perbaikan PM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara merupakan organisasi kepemudaan dibentuk oleh masyarakat sebagai wadah generasi muda untuk mengembangkan diri, tumbuh, dan berkembang atas dasar kesadaran serta tanggung jawab social dari, oleh, dan untuk generasi muda, yang berorientasi pada tercapainya kesejahteraan sosial bagi masyarakat yang beralamat di RW 09, Kelurahan Perwira, Bekasi Utara. Karang Taruna menjadi wadah untuk meningkatkan dan memperkuat sumber daya anggotanya. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan memperluas wawasan Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara dalam memaksimalkan kemajuan teknologi dan informasi serta memperkenalkan mengenai *content creator* dan juga konten yang baik dari segi informative, edukatif dan persuasive itu seperti apa sehingga akan terciptanya industri kreatif dikalangan anak muda.

Sudah hampir lebih dari 2 tahun terakhir seluruh masyarakat Indonesia berada dalam kondisi yang terbiasa dengan internet dan berbagai aplikasinya. Setiap individu membutuhkan informasi guna melengkapi pengetahuan mereka akan banyak hal, karena manusia merupakan makhluk yang serba ingin tahu. Keadaan zaman yang semakin maju khususnya dalam perkembangan ilmu teknologi dan informasi (IPTEK) berdampak pada informasi yang beragam dan dapat dikonsumsi oleh siapa saja. Pada dasarnya kebutuhan tiap individu tidak akan berkurang, dikarenakan selama individu masih hidup mereka dihadapkan pada permasalahan yang pada akhirnya membutuhkan informasi. Tiap individu satu dengan yang lainnya memiliki kebutuhan informasi yang berbeda dan pada dasarnya terjadi dikarenakan adanya kesenjangan antara keinginan dan kenyataan. Dengan adanya kemajuan IPTEK maka komunikasi dan informasi juga semakin beragam.

Dalam mengembangkan kemajuan IPTEK tersebut muncullah media sosial dimana saat ini media sosial memiliki multi kegunaan bagi para penggunanya. Media sosial saat ini dapat dengan cepat diterima oleh manusia diseluruh dunia, oleh sebab itulah pengguna media sosial semakin hari semakin banyak serta mereka dengan mudahnya membuat konten baik yang memiliki konsep informasi, edukasi maupun persuasive. Sebut saja *content creator*-orang yang membuat konten dimedia sosial, *content creator* sebagai budaya baru di era digital ini harus dapat beradaptasi dengan masyarakat yang masih awam dengan media digital atau belum mengetahui penggunaan media digital dengan baik dan bijak. Maka dari itu seorang *content creator* diharuskan bijak dalam memilih dan memilah konten-konten yang akan disebarluaskan di media digital. Dalam beradaptasi sebagai budaya baru di era digital ini, *content creator* melakukan upaya-upaya yaitu dengan menghasilkan sebuah konten

yang atraktif guna menarik perhatian audience, menuangkan ide-idenya di media digital kemudian mengambil peluang dalam digital marketing dan harus memiliki konten-konten yang positif. Konten-konten yang positif membutuhkan motivasi dan faktor terkait keberlangsungan dalam menentukan konten sebagai karakteristik membuat konten.

Pelaksanaan yang dimulai pukul 15.00 WIB ini dibuka oleh MC dan sambutan dari pihak Universitas Bina Sarana Informatika kampus Kaliabang yakni Dicky Hariyanto, M.Kom yang sangat menyambut baik kegiatan antara dosen dosen UBSI dengan pihak Kelurahan Perwira Bekasi Utara yang diwakilkan oleh Remaja Karang Taruna. Dimana kegiatan berbagi ilmu yang diselenggarakan UBSI ini menjadikan apresiasi yang besar dalam memberikan dan mengantarkan agar generasi muda saat ini lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan membuat konten. Akan lebih baik konten yang dihasilkan dapat memberikan kontribusi bagi diri sendiri dan juga lingkungan sekitar.



Gambar 1.
Sambutan Dicky Hariyanto, M.Kom Selaku Kepala Cabang
Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Kaliabang, Bekasi Utara

Pengabdian masyarakat kali ini dibuka oleh sambutan dari Kepala Kampus UBSI Kaliabang Dicky Hariyanto, M.Kom dimana pada sambutannya, sangat menyambut baik kegiatan berbagi ilmu yang diberikan oleh dosen-dosen Prodi Perhotelan kepada Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara. “dengan adanya perkembangan teknologi saat ini mendorong setiap manusia untuk dapat lebih selektif dan dapat memanfaatkan media sosial dengan bijak sehingga dapat mengelola informasi dengan baik dan bahkan menjadikan media sosial sebagai media perantara yang positif. Dengan adanya pengabdian masyarakat yang diselenggarakan UBSI ini menjadikan apresiasi yang besar dalam memberikan dan mengantarkan agar remaja lebih bijak dalam menggunakan media sosial dan membuat konten yang edukatif serta perlu memperhatikan apa saja yang menjadi kebutuhan, manfaat dan keunggulan dari media sosial saat ini terlebih pada aspek pengembangan industry kreatif” papar Dicky. Dan pada akhir sambutannya Dicky berharap

an agar kedepannya hubungan antara Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara dengan Universitas Bina Sarana Informatika dapat berjalan dengan baik dan terus berkembang serta berharap untuk pengabdian yang akan datang dapat mengusung tema lainnya yang tidak kalah menarik serta lebih mengedukasi.



Gambar 2.
Peserta Kegiatan Pengabdian Masyarakat-Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara

Sambutan dari pihak Universitas Bina Sarana Informatika diwakilkan oleh Dyah Mustika Wardhani, S.Par.,M.M selaku Pengabdian Masyarakat kali ini. "Terima kasih kepada pihak Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara" yang telah hadir pada kegiatan pengabdian masyarakat hari ini dan kegiatan offline pertama semenjak pandemic covid 19. Semoga kedepannya kita dapat menjalin kerjasama yang baik kembali dalam hal pengabdian masyarakat dan lainnya. Untuk pembahasan dalam pengabdian kali ini berkenaan dengan sosialisasi content creator pemula bagi Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara sebagai pendorong industri kreatif", papar Diah



Gambar 3.
Sambutan Dyah Mustika Wardhani, S.Par.,M.M selaku Ketua Pengabdian Masyarakat

Pemaparan pengabdian masyarakat dibawakan oleh Devy Putri Kussanti, M.Si, M.I.Kom yang memaparkan bahwa “perkembangan teknologi yang saat ini menjadi kebutuhan manusia adalah internet, dimana secara universal individu menggunakan internet untuk mempermudah pekerjaan dan memenuhi kebutuhannya. Banyak kegiatan yang bisa dilakukan dengan menggunakan internet antara lain yaitu chatting dengan kerabat atau sanak saudara yang berada didalam negeri maupun dengan diluar negeri, *browsing* yang mungkin paling sering kita lakukan untuk membantu kita membuat tugas dan sebagainya, lalu ada jejaring sosial yang dapat kita gunakan untuk mendapatkan teman baru melalui dunia maya selain itu kini dapat digunakan sebagai media untuk menjual atau membeli atau bisa disebut juga online shop dan masih banyak lagi kegiatan yang bisa kita lakukan dengan internet.”

“Semakin hari manusia selalu termotivasi memperbaharui teknologi yang ada. Hal ini merupakan perkembangan yang hebat dan terus mengalami kemajuan, salah satu contoh dengan adanya internet maka adapula aplikasi yang kian canggih, sebut saja media sosial seperti youtube, ig, FB, twitter, linked, tiktok dan lain sebagainya. Membuat konten pada media sosial sudah bukan lagi menjadi hal yang asing saat ini, dari anak-anak hingga orangtua kerap kali membuat konten dengan berbagai maksud dan tujuan. Mereka yang acapkali membuat konten kita menyebutkan *content creator*. *Content creator* membangun hubungan secara virtual melalui konten-konten yang diunggah di media short video. Hubungan virtual merupakan hubungan yang terjalin antara dua belah pihak maupun lebih melalui media komunikasi. Membangun hubungan secara virtual dengan audience melalui konten yang diunggah ini menjadi tanggung jawab *content creator*, karena *content creator* harus bertanggung jawab pada setiap informasi-informasi yang dipublikasikan kepada audience”, papar Devy.



Gambar 4.
Narasumber PM-dosen UBSI Devy Putri Kussanti, M.Si., M.I.Kom

Lanjut Devy memaparkan bahwa sosialisasi mengenai *content creator* pemula sebagai pendorong industri kreatif diharapkan dapat menambahkan atau memperkaya pengetahuan peserta pengabdian masyarakat mengenai era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas yang populer dengan sebutan Industri Kreatif atau Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sector industry yang bersangkutan di bidangnya. Industri kreatif sendiri merupakan pengembangan konsep berdasarkan modal kreativitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Di mana konsep industri kreatif sendiri merupakan aktivitas berbasis kreativitas yang berpengaruh terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, maka industri industri kecil seperti kerajinan tangan yang merupakan salah satunya Devy memaparkan bahwa pengaruh *content creator* dalam mendorong industri kreatif saat ini ditentukan dari konten yang dibuat, produk yang ditawarkan hingga pada hal-hal marketing lainnya seperti siapa yang melakukan konten hingga promo yang menarik perhatian audience. Adapun alasannya mengapa *content creator* mempublikasikan produk mereka di media sosial yakni:

1. Memudahkan promosi suatu produk dengan konten yang menarik dan berkualitas
2. Seorang *content creator* mampu membranding produknya dengan gaya dan ciri khasnya dalam bentuk strategi kreatif melalui karya yang dibuat
3. *Content creator* harus menciptakan konten sesuai dengan kebutuhan baik pribadi maupun kebutuhan audience atau target sasaran konten
4. *Content creator* diharapkan dapat memudahkan dalam melakukan proses target pasar. Jadi mudah mencapai tujuan pemasaran karena pembuatan konten sesuai dengan perencanaan yang tepat
5. Membantu konten yang dibuat agar lebih mudah dikenal dan ditemukan oleh audience

Selain itu, dalam pemaparannya Devy mengutip dari Prasanti and Indriani dalam (Nurasih, Rasidin, & Witro, 2020) yang memberikan beberapa tips dalam berinternet dan menciptakan konten di media sosial, seperti:

1. Melakukan batasan dalam melakukan kegiatan dengan media sosial, maksudnya tidak selalu memberikan dengan gampang berbagai informasi khususnya yang bersifat pribadi dan mempunyai sifat yang sensitif di media sosial, dikarenakan dapat merugikan dirinya sendiri.
2. Pada saat melakukan media sosial usahakan tidak melakukan atau memposting yang mempunyai kandungan unsur SARA, karena akan menjadi sebuah konten yang sensitif dan akan menjadi pemicu konflik.
3. Hindari untuk tidak secara terang-terangan memberikan lokasi pribadi, terutama pada lokasi yang seharusnya penting dan dirahasiakan seperti bank dan lainnya.
4. Mencoba untuk paham akan kapasitas dalam melakukan komunikasi, seperti penggunaan bahasa yang santun dalam melakukan interaksi di media sosial.

5. Selalu untuk berusaha menghargai ranah pribadi seseorang sebagai salah satu cara untuk menjaga privasi pribadi. Tidak perlu menyebarkan aib atau permasalahan seseorang sekalipun hanya sebagai candaan.
6. Memperhatikan waktu yang tepat untuk berkirim pesan dengan seseorang.
7. Berpikiran yang positif selalu dilakukan dalam berinteraksi di media sosial.
8. Apabila bertemu dengan konten yang dapat menimbulkan seseorang tersinggung perasaannya maka dalam menyikapinya memerlukan sikap yang lebih bijak.
9. Didalam memberikan aspirasi dan juga ekspresi tidak disampaikan secara berlebihan.

Tidakada kendala yang ditemukan pada kegiatan pengabdian masyarakat hanya beberapa saran yang dikemukakan oleh peserta dimana Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara mengenai waktu yang masih belum cukup karena tingginya tingkat antusiasme dan banyak pertanyaan yang dilayangkan. Masukan lainnya dari peserta pengabdian masyarakat mengenai tema konten yang sering fyp atau cocok untuk kalangan remaja sebaiknya bagaimana serta edukasi mengenai strategi memilah konten dimasa sekarang.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Remaja yang merupakan tonggak penerus bangsa kini dihadapi dengan kemajuan teknologi yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya internet dan new media, kini remaja dihadapi dengan pilihan yang cukup sulit, jika tidak mengikuti mereka akan tertinggal/tergerus jaman tapi bila mengikuti mereka harus mencari tahu lebih dalam mengenai keunggulan serta kekurangan dari internet/new media. Pemikiran brilliant yang dimiliki remaja saat ini sudah sewajarnya diwadahi dengan baik, salah satunya dalam hal penguasaan media sosial yang nyatanya banyak sekali digunakan oleh kalangan remaja. Media sosial akan sangat menguntungkan apabila dapat dikelola dengan baik, terutama dalam hal pengembangan industri kreatif saat ini. Dengan segala kemudahan dan juga keunggulan dari media sosial, para remaja masa kini seringkali membuat konten dari aspek informasi, edukasi maupun persuasive. Hal ini kedepannya dengan adanya sosialisasi perihal *content creator* pemula bagi Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara diharapkan dapat menjadi pendorong industri kreatif akan membawa dampak yang lebih baik bagi para kaum muda dalam menghadapi kemajuan teknologi saat ini serta memanfaatkan IPTEK dengan baik dan bijaksana.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada pengabdian masyarakat kali ini kami ucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Perhotelan Universitas Bina Sarana Informatika dan pihak Remaja Karang Taruna Kelurahan Perwira Bekasi Utara yang telah bersedia hadir pada kegiatan Pengabdian Masyarakat ini secara offline, rekan kelompok dan panitia pengabdian masyarakat beserta perwakilan mahasiswa Perhotelan yang telah hadir dan tetap semangat dalam mengikuti jalannya kegiatan dari awal hingga akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. (2010). Metodologi Penelitian untuk Public Relations. Bandung: Simbiosis Media.
- FISIPUI. (2021). Cyber Crime Meningkat Tajam di Masa Pandemi |. Retrieved November 8, 2021, from Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik - Universitas Indonesia website: <https://fisip.ui.ac.id/bhakti-cybercrime-menjadi-jenis-kejahatan-yang-mengalami-peningkatan-cukup-tinggi/>
- Howkins, J. (2011). The Creative Economy: How People Make Money From Ideas. London: Penguin Books.
- Istriyani, R., & Widiana, N. H. (2016). Etika Komunikasi Islam Vs Hoax Di Dunia Maya. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 36(2), 288-315. <https://doi.org/2581-236X>
- Kriyantono, Rachmat. (2010). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Niam, H. (2019). *Etika Profesi Teknologi Informasi dan Komunikasi (EPTIK)*. Retrieved from <https://diskominfo.depok.go.id/wp-content/uploads/2018/11/2.2.Buku-Etika-Profesi-Teknologi-Informasi.pdf>
- Nikita Veren. (2016). Badan Cyber Nasional Demi Indonesia Digital. Retrieved November 9, 2021, from Kementerian Komunikasi dan Informatika website: https://kominfo.go.id/content/detail/7693/badan-cyber-nasional-demi-indonesia-digital/0/sorotan_media
- Nurasih, W., Rasidin, M., & Witro, D. (2020). Islam Dan Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Milenial: Telaah Surat Al-'Asr. *Al-Mishbah*, 16(1), 150-178. Retrieved from <https://www.almishbahjurnal.com/index.php/al-mishbah/article/view/194/161>
- Simatupang TM, Rustiadi S, dan Situmorang DBM. (2012). Enhancing the Competitiveness of the Creative Services Sectors in Indonesia in Tullao TS and Lim HH (eds.), Developing ASEAN Economic Community (AEC) into A Global Services Hub. ERIA. P173-270.
- Setyawan D dan Winasis A. (2016). Efektivitas program pengembangan desa wisata melalui kelembagaan dalam peningkatan sumber daya alam (SDA). *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. 5(2): 12-16.