

## PENDAMPINGAN PRODUKSI KONTEN KREATOR SAUNG BAMBU PANIISAN KURING DI KOTA CILEGON

Media Suahya, Winata Faturahman\*

Universitas Serang Raya

Correspondent Author Email\* : 1gofatur@yahoo.com

### Abstract

*Saung Bambu Panisian Kuring, a restaurant on Jalan Kalikalong Taman Baru, Cilegon City, serves typical Sundanese and Indonesian menus. SBPK management has not yet pursued promotion using social media. In fact, to increase consumers, it is necessary to have relationships with stakeholders and shareholders. The large development of the internet in Indonesia means that business people have the freedom to choose a medium for delivering messages. One message format that is currently quite attractive is using the services of a content creator. This is considered more effective because it can reach more people with similar interests to the target audience according to what they want. Companies can use videos created by content creators as a communication bridge with stakeholders. As a communication bridge, of course the creator's content videos contain the information needed by stakeholders. The information created by content creators can be text, images or photos, infographics, and so on. In this relationship process, of course, there is a communication bridge between SBPK and consumers or interested parties. So promotion via video on social media is one medium that functions as a communication bridge. The methods used in this service are Focus Group Discussion (FGD), interviews, and literature. FGDs are carried out to plan, formulate and carry out the creation of videos that will be broadcast on social media. In its implementation, this service produces content from the training results which will later be used for promotional media. Video content on YouTube is an important and strategic tool in carrying out company promotions. Entrepreneurs who are engaged in the culinary business are no exception. Through videos on social media, various mainstay menus can be explored and highlighted through text, visuals and photos. Assistance in creating video content on YouTube requires harmonious cooperation starting from planning, implementation, control and evaluation.*

**Keywords:** SBPK, content creator, FGD, assistance in creating video content

### Abstrak

Saung Bambu Panisian Kuring sebuah rumah makan di jalan Kalikalong Taman Baru Kota Cilegon menyajikan menu khas Sunda dan Nusantara. Promosi menggunakan media sosial belum ditempuh manajemen SBPK. Padahal untuk meningkatkan konsumen, perlu mempunyai hubungan dengan para stakeholder maupun shareholder. Besarnya perkembangan internet di Indonesia membuat para pelaku bisnis memiliki keleluasaan dalam memilih suatu media dalam penyampaian pesan. Salah satu format pesan yang saat ini menjadi cukup memiliki daya tarik adalah menggunakan jasa content creator. Hal ini dinilai lebih efektif sebab dapat menjangkau lebih banyak orang dengan kesamaan minat dengan target audiens yang sesuai dengan yang mereka kehendaki. Perusahaan dapat menjadikan video hasil konten kreator sebagai jembatan komunikasi dengan stakeholder. Sebagai jembatan komunikasi, tentunya video hasil konten kreator memuat informasi-informasi yang dibutuhkan oleh stakeholder. Informasi-informasi yang dibuat para konten kreator bisa text, gambar atau foto, infografis, dan lain-lain. Dalam proses hubungan tersebut tentunya jembatan komunikasi SBPK dan konsumen atau pihak-pihak yang berkepentingan. Maka promosi melalui video dalam media sosial merupakan salah satu media yang berfungsi sebagai jembatan komunikasi. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah Focus Group Discussion (FGD), wawancara, dan kepustakaan. FGD dilakukan untuk merencanakan, merumuskan, dan melaksanakan pembuatan video yang akan ditayangkan di media sosial. Dalam pelaksanaannya, pengabdian ini menghasilkan konten dari hasil pelatihan yang nantinya dipergunakan untuk media promosi. Konten Video di youtube merupakan sarana penting dan strategis dalam menjalankan promosi perusahaan. Tidak terkecuali pengusaha yang bergerak dalam bisnis kuliner. Melalui video di medsos beragam menu andalan masakan dapat dieksplorasi dan ditonjolkan melalui teks, visual, dan foto. Pengabdian pendampingan pembuatan konten video di youtube memerlukan kerjasama yang harmonis mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengontrolan, dan evaluasi.

**Kata Kunci:** SBPK, Konten Kreator, FGD, Pendampingan, Pembuatan Konten Video

Copyright©2024. Media Suahya dan Winata Faturahman  
This is an open access article under the CC-BY NC-SA license.

DOI: <https://doi.org/10.30656/t2fftj25>

## PENDAHULUAN

Besarnya perkembangan internet di Indonesia membuat para pelaku bisnis memiliki keleluasaan dalam memilih suatu media dalam penyampaian pesan. Salah satu format pesan yang saat ini menjadi cukup memiliki daya tarik adalah menggunakan jasa content creator. Hal ini dinilai lebih efektif sebab dapat menjangkau lebih banyak orang dengan kesamaan minat dengan target audiens yang sesuai dengan yang mereka kehendaki. Jasa content creator untuk melakukan promosi tentang produk yang akan diiklankan. Namun tak hanya itu konten yang mereka buat juga harus kreatif dan bermanfaat bagi para pengikutnya.

Content Creator bertugas membuat konten baik berupa tulisan, gambar ataupun video yang akan ditampilkan pada berbagai media populer seperti YouTube, Snapchat, Instagram, dan masih banyak lagi. Kini konten tidak hanya terbatas pada gambar dan suara saja tetapi juga dalam bentuk tutorial, vlogging, podcasting dan lain sebagainya. Content creator bertugas mengumpulkan ide serta data, kemudian melakukan riset untuk membuat konsep yang akan dijadikan sebuah konten. Setelah itu, mereka akan menciptakan konten yang sesuai dengan identitas dan branding yang diinginkan dalam memenuhi tujuan yang disepakati dari sebuah konten.

Pengetahuan yang dibutuhkan pada profesi ini sendiri diantaranya Pengetahuan tentang media produksi, komunikasi, serta teknik dan metode penyebarannya. Termasuk alternatif untuk menginformasikan dan menghibur audiens melalui tulisan, lisan, maupun media visual. Perusahaan dapat menjadikan video hasil konten kreator sebagai jembatan komunikasi dengan stakeholder. Sebagai jembatan komunikasi, tentunya video hasil konten kreator memuat informasi-informasi yang dibutuhkan oleh stakeholder. Informasi-informasi yang dibuat para konten kreator bisa text, gambar atau foto, infografis, dan lain-lain. Melalui informasi-informasi yang dibuat para konten kreator tersebut, secara tidak langsung merupakan bentuk promosi.

Video text sebagai salah satu bentuk informasi dalam video memberikan penjelasan secara detail dari informasi apa yang dibutuhkan oleh khalayak pada umumnya, dan stakeholder pada khususnya. Informasi secara detail dalam bentuk teks didukung oleh gambar atau foto yang dapat menambah kesan estetik. Disamping itu, gambar atau foto

dapat memberikan gambaran visual mengenai teks yang sedang dibaca. Dua hal tersebut menjadi hal-hal yang saling mendukung satu sama lainnya dalam menyampaikan informasi yang nantinya akan disusun menjadi sebuah video.

Saung Bambu Paniisan Kuring sebuah rumah makan di jalan Kalikalong Taman Baru Kota Cilegon menyajikan menu khas Sunda dan Nusantara mulai dari Nasi Liwet, nasi timbel, gurame bakar, sate maranggi, aneka pepesan, hingga ayam bakar. Tidak hanya itu, aneka camilan, minuman segar, hingga kopi khas yang dibuat barista abang Zay, juga tersedia. Paniisan Kuring yang berasal dari bahasa sunda adalah tempat yang bernuansa adem, sejuk dan alami untuk berkumpul bersama. Sedangkan Saung Bambu adalah tempat yang terbuat dari bambu. Dengan demikian, saung bambu paniisan kuring dapat diartikan sebagai rumah makan kita semua yang bercorak bambu dengan nuansa alami dan asri.

Saung Bambu Paniisan Kuring mulai dibangun pada Februari 2020 dan mulai beroperasi Agustus 2020. Awalnya Saung Bambu Paniisan Kuring berkonsep pujasera yang menyediakan makanan ringan seperti bakso, seblak, dan nasi uduk. Seiring perjalanan waktu, konsumen yang mengunjungi SBPK tidak hanya para pegowes, tapi juga masyarakat umum. Maka pengembangan selanjutnya dibuatlah konsep saung dengan lesehan. Dari awalnya hanya satu saung, kini SBPK sudah membangun 10 saung dengan total kapasitas 200 tamu. Promosi menggunakan media sosial belum ditempuh manajemen SBPK. Padahal untuk meningkatkan konsumen, perlu mempunyai hubungan dengan para stakeholder maupun shareholder. Dalam proses hubungan tersebut tentunya jembatan komunikasi SBPK dan konsumen atau pihak-pihak yang berkepentingan majalan internal. Maka promosi melalui video dalam media sosial merupakan salah satu media yang berfungsi sebagai jembatan komunikasi.

## **METODE PELAKSANAAN**

### **Persiapan**

- Mengumpulkan ide, data, serta melakukan riset dan membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten
- Riset *Audiens* untuk mengetahui berbagai kebutuhan *audiens*
- Merumuskan pola kebutuhan audiens,

- Sesuaikan konten dengan platform yang dipilih. Dalam hal ini seorang content creator bisa menghasilkan karya yang multi-platform
- Menyiapkan teks untuk, membuat konten video dan bahkan menjadi dubber. Seorang *Content Creator* harus mengerti hal-hal terkait SEO, sebab melalui manajemen SEO yang baik kontenmu akan dengan mudah ditemukan melalui mesin pencari google dan akan sangat berpengaruh terhadap *traffic*
- Evaluasi konsep setiap konten yang akan ditayangkan, dan analisa konten seperti apa yang dibutuhkan dan disukai oleh para audiens
- Menpersiapkan konten yang sesuai dengan identitas dan branding yang sesuai dengan visi misi SBPK.

## **Pelaksanaan**

### **Menyiapkan peralatan untuk membuat konten**

Pada dasarnya, dalam membuat konten video, cukup menggunakan alat yang bisa merekam gambar dan suara. bisa menggunakan HP atau kamera DSLR sederhana. Menyiapkan beberapa alat tambahan, seperti microphone dan audio recorder untuk merekam dan menghasilkan suara yang lebih baik; tripod dan camera holder untuk meminimalkan guncangan pada video; dan lampu tambahan untuk memberikan pencahayaan yang merata pada video.

### **Rekam konten yang ingin dijadikan video.**

Rekam beberapa gambar. Proses ini dapat berlangsung cukup lama, misalnya saja ketika ada adegan yang tidak pas, akan membuat 'cut' atau pengulangan beberapa kali. Selain itu, jumlah video yang direkam pun akan menyesuaikan dengan bentuk konten. Membuat konten dalam bentuk vlog, hanya cukup merekam beberapa video yang dilakukan secara berkelanjutan. Namun, jika konten memiliki isi yang cukup banyak, seperti review barang atau sketsa (drama), mungkin akan membutuhkan banyak rekaman video. Adapun tujuan utama pada tahapan ini adalah mendapatkan stock video sesuai dengan naskah yang telah disusun sebelumnya.

### **Mengedit video**

Selanjutnya adalah post-produksi. Di tahapan ini akan mengolah kumpulan video yang telah direkam sebelumnya untuk dijadikan satu kesatuan video utama. Proses editing, mulai dari menyatukan kumpulan video, mencocokkan audio, masukkan music background, hingga dengan menambahkan efek. Dalam membuat konten yang menarik, masukkan bagian-bagian penting yang ada di video, seperti opening, isi (video utama), dan closing.

### **Unggah video ke medsos : Instagram, YouTube, Tik Tok**

Setelah konten video telah jadi, langkah selanjutnya adalah meng-upload video ke channel YouTube. Namun, untuk dapat membuat konten mudah ditemukan, jangan lupa juga untuk menggunakan fitur-fitur yang ada di YouTube, seperti menulis judul yang menarik, penggunaan gambar cover (thumbnail) yang unik, dan menuliskan penjelasan singkat di kolom deskripsi.

### **Bagikan dan promosikan konten**

Setelah mengunggah video di youtube selanjut mempromosikan konten . di berbagai media sosial, seperti Facebook, Instagram, Tiktok, dan X (Twitter)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelatihan pembuatan konten video ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam menghasilkan video berkualitas, mulai dari teknik pengambilan video hingga proses editing. Seiring meningkatnya popularitas platform berbasis video seperti YouTube, TikTok, dan Instagram Reels, kemampuan ini menjadi keterampilan yang sangat dibutuhkan untuk personal branding, pemasaran, maupun hiburan.

### **Rangkaian Kegiatan**

#### **Sesi Teori Pengambilan Video**

Peserta belajar dasar-dasar videografi seperti framing, pencahayaan, stabilisasi kamera, dan pengaturan audio. Teknik storytelling dalam video dijelaskan agar peserta dapat membuat konten yang memiliki alur menarik.

### Praktik Pengambilan Video

Peserta melakukan pengambilan video di lapangan dengan bimbingan fasilitator. Diajarkan cara menggunakan alat seperti tripod, gimbal, atau bahkan hanya dengan smartphone untuk menghasilkan video yang stabil dan sinematik



**Gambar 1.** Peserta Berlatih merekam gambar



**Gambar 2.** Pendampingan merekam gambar

### Sesi Editing Video

Peserta diperkenalkan pada perangkat lunak editing seperti Adobe Premiere Pro, CapCut, atau aplikasi lainnya yang mudah digunakan. Materi meliputi teknik dasar seperti memotong video, menambahkan transisi, mengatur warna (color grading), hingga menambahkan efek visual dan audio



**Gambar 3.** Pendampingan editing video

### **Presentasi dan Evaluasi**

Setiap peserta mempresentasikan video hasil karya mereka. Fasilitator memberikan feedback untuk memperbaiki aspek teknis maupun kreativitas dalam video.

### **Hasil Kegiatan**

#### **Kemampuan Pengambilan Video**

Peserta mampu memahami elemen-elemen penting dalam pengambilan video seperti komposisi, pencahayaan, dan stabilisasi. Hasil rekaman peserta sudah menunjukkan perbaikan signifikan dibandingkan dengan kemampuan awal mereka

#### **Kemampuan Editing Video**

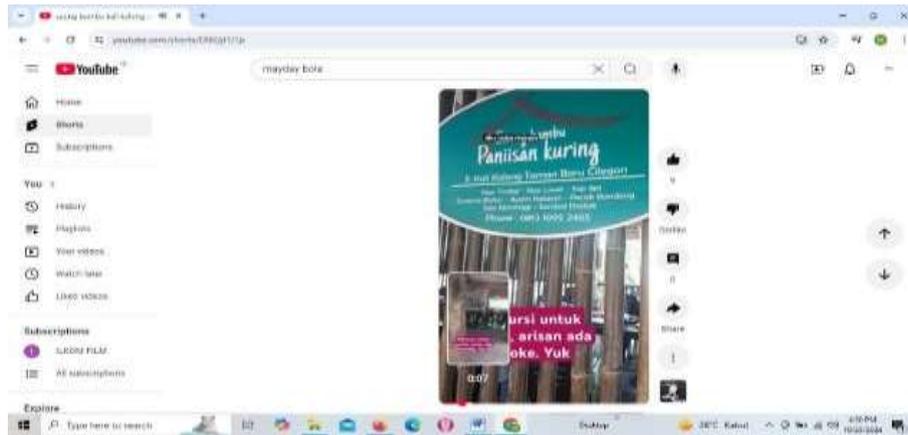
Peserta dapat menggunakan aplikasi editing untuk menghasilkan video dengan alur yang baik, lengkap dengan transisi, musik latar, dan teks. Mereka juga berhasil mengaplikasikan color grading untuk meningkatkan estetika visual video.

#### **Kreativitas dalam Pembuatan Konten**

Peserta menunjukkan kreativitas dalam mengembangkan ide, mengatur alur cerita, serta memilih musik dan efek yang relevan dengan tema video mereka.

#### **Hasil Akhir Video**

Video yang dihasilkan bervariasi, mulai dari vlog, video promosi produk, hingga video pendek bertema edukasi. Sebagian besar video sudah layak untuk dipublikasikan di platform media sosial.



**Gambar 4.** Hasil konten video yang diupload di youtube

## SIMPULAN

Pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam pembuatan video, baik dari segi teknis maupun kreativitas. Kemampuan yang diperoleh memungkinkan peserta untuk membuat konten video berkualitas yang dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan, seperti pemasaran, edukasi, atau hiburan.

## Rekomendasi

1. Menyediakan pelatihan lanjutan yang berfokus pada teknik editing lanjutan, seperti animasi teks dan efek sinematik.
2. Mendorong peserta untuk terus berlatih dan mempublikasikan video mereka di platform digital.
3. Mengadakan workshop kolaboratif yang melibatkan profesional di bidang videografi untuk inspirasi lebih lanjut.

## DAFTAR PUSTAKA

- McQuail, Denis, *Teori Komunikasi Massa*, 1987, Jakarta, Erlangga
- LaRose, Straubhaar, *Media Now*, 2018, Kanada, Thomson