

Pembuatan Konten Tiktok Dalam Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata di Desa Karyalaksana, Ibum Kabupaten Bandung

Anggit Suryoprato^{1,*}, Ridwan Zulkifli², M.Nurul Fikri³, Saebah Nur Amalia⁴

¹Anggit Suryoprato (Bisnis Digital, Universitas Ma'soem, Jl. Raya Cipacing No. 22, Sumedang, Indonesia 45363)

²Ridwan Zulkifli (Teknik Informatika, Universitas Ma'soem, Jl. Raya Cipacing No. 22, Sumedang, Indonesia 45363)

³M. Nurul Fikri (Sistem Informasi, Universitas Ma'soem, Jl. Raya Cipacing No. 22, Sumedang, Indonesia 45363)

⁴Saebah Nur Amalia (Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Ma'soem, Jl. Raya Cipacing No. 22, Sumedang, Indonesia 45363)

*Corresponding author

E-mail: suryoprato.anggit@mail.com

ABSTRAK

Peningkatan pengetahuan siswa tentang media sosial dalam upaya meningkatkan pengetahuan teknologi informasi. Kegiatan ini dilakukan sebagai media informasi KaryalaksanaKKN2024, Ibum, Jawa Barat. Kegiatan KKN yang dirasakan perlu untuk diperkenalkan kepada pihak luar, Masyarakat Desa Karyalaksana belum terlalu mengenal lebih dalam tentang tiktok karena mereka belum terlalu mengikuti *lifestyle* saat ini terutama dibidang media sosial. Metode yang akan digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah melihat beberapa referensi, diskusi dan melakukan proses produksi video tiktok. Diskusi yang disampaikan adalah materi isi produksi video tiktok. Proses produksi video dilakukan secara Bersama-sama dengan anggota kelompok KKN. Melalui pelaksanaan kegiatan KKN ini diharapkan banyak manfaat bagi desa karyalaksana dalam meningkatkan pemahaman media sosial tiktok. Hasil video tiktok kegiatan KKN membuka pandangan citra positif mengenai kegiatan KKN di Desa Karyalaksana. Pentingnya media sosial dapat membantu dan mempermudah informasi kegiatan selama KKN berlangsung.

Kata kunci: KaryalaksanaKKN2024, Karyalaksana, Media Sosial, Tik Tok, Ibum, Kabupaten Bandung

ABSTRACT

This community service activity aims to increase and also increase students' knowledge about social media in an effort to improve information technology knowledge. This activity was carried out as an information medium for the 2024 KKN Implementation, Ibum West Java. KKN activities that are felt need to be introduced to outsiders, the people of Karyalaksana Village do not know much about TikTok because they have not really followed the current lifestyle, especially in the field of social media. The method that will be used in this community service activity is to look at several references, discussions and carry out the TikTok video production process. The discussion presented was the content of the TikTok video production. The video production process is carried out jointly with members of the KKN group. Through the implementation of this KKN activity, it is hoped that there will be many benefits for the Karyalaksana village in increasing the understanding of TikTok social media. The results of the tiktok video of the KKN activity opening a positive image view of KKN activities in Karyalaksana Village. The importance of social media can help and facilitate information on activities during KKN.

Keywords: KaryalaksanaKKN2024, Karyalaksana, Social Medial, Tik Tok, Ibum, Kabupaten Bandung

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata merupakan tugas mahasiswa Universitas Ma'soem semester VI untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan sidang skripsi dan mengamalkan pengetahuan selama duduk dibangku kuliah yaitu menerapkan ilmu pengetahuan khususnya dibidang media sosial pada masyarakat umum diluar kampus (pembelajaran). Kegiatan ini dilakukan bersifat *nonprofit* atau tidak mencari keuntungan tetapi memberikan pemahaman dan pengetahuan pada masyarakat umum secara sukarela dengan tujuan sebagai pengabdian untuk mencerdaskan masyarakat dibidang media sosial yang disebut dengan "KaryalaksanaKKN2024". Kegiatan ini diharapkan bisa memberikan nilai positif yang kemanfaatannya bisa dirasakan oleh masyarakat untuk mengetahui Desa Karyalaksana.

Tiktok adalah salah aplikasi social media paling populer yang digunakan di Indonesia, Dimana konten yang ada dialamnya kebanyakan adalah video dan foto. Di aplikasi ini, user dapat membuat, mengedit, dan membagikan video yang Sebagian besar disertai dengan filter dan music pengiring. Di platform ini juga terdapat *marketplace*, Dimana user dapat berbelanja barang yang dipromosikan di platform [1].

Populernya tiktok merupakan gabungan dari beberapa hal, seperti penggunaan yang mudah, menarik untuk digunakan, dan skema konten yang mudah dicerna. Selain itu juga, tiktok memiliki banyak fitur yang mudah dipakai seperti, filter, stiker, voice changer, auto-subtitle dan lainnya. Karenanya, tiktok merupakan salah satu social media terbaik untuk para pelaku UMKM dalam mempromosikan usahanya [2].

METODE

KKN dilaksanakan di Desa Karyalaksana Kecamatan Ibun Kabupaten Bandung selama 30 hari, peserta KKN berjumlah 16 orang semester VI Universitas Ma'soem. Adapun metode pembuatan video tiktok dengan cara pematangan konsep video yang akan dibuat, kemudian persiapan yang mencakup pemilihan actor, tempat, waktu serta dekorasi yang diperlukan, lalu proses produksi video dan diakhiri dengan proses *editing* video Dimana *software* yang dipakai selama KKN meliputi Canva, CapCut dan PicsArt.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, kami menyimpulkan bahwa pengguna media sosial lebih menikmati TikTok karena mudah digunakan, sangat menghibur, dan kontennya mudah dipahami. Konten yang dibagikan di TikTok dapat mencapai keterlibatan yang lebih tinggi dengan menjangkau khalayak yang lebih luas. Fakta-fakta mengenai basis pengguna TikTok di atas sudah cukup membuktikan bahwa TikTok Ads dan *platform* media sosial TikTok merupakan platform yang sangat cocok untuk digunakan sebagai iklan *digital*.



Gambar 1. Pengetian *TikTok*

Algoritma Tiktok

Algoritma TikTok adalah sebuah prosedur atau *system* logika kompleks yang *didesain* untuk memilah konten-konten untuk diberikan berdasarkan ketertarikan *user*. Walaupun cara pasti bagaimana logika algoritma ini bekerja adalah rahasia perusahaan, bisa ditarik kesimpulan garis besar beberapa hal utama yang menjadi pertimbangan algoritma, antara lain [3]:

1. *User interaction*, algoritma tentunya akan memasukkan pertimbangan dari akun-akun yang pengguna ikuti, komen yang dibuat hingga jenis video yang disukai dan dibagikan
2. Informasi Video, data-data seperti jenis, music, *hashtag*, efek filter dll, dari video yang sering ditonton pengguna akan dijadikan bahan atau data pertimbangan bagi algoritma untuk Menyusun konten konten sajian berikutnya.
3. Pengaturan akun dan *device*, algoritma akan mempertimbangkan pengaturan yang ada di *device* pengguna seperti Bahasa, wilayah, *timezone*, dll



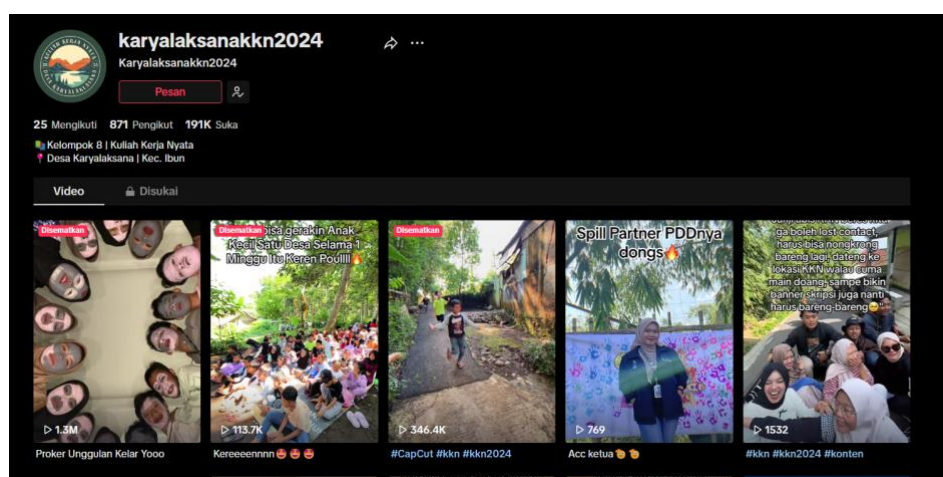
Gambar 2. Pengaturan Keamanan

For Your Page (FYP)

Salah satu cara terbaik dalam memanfaatkan TikTok sebagai media penyebaran konten adalah dengan memanfaatkan fitur FYP (*For Your Page*). Segmen FYP ditempatkan sebagai halaman pertama yang muncul saat pengguna TikTok membuka aplikasinya. Artinya, video FYP adalah video pertama yang akan dilihat pengguna. Video FYP sendiri biasanya disesuaikan dengan preferensi pengguna, yang diatur lewat algoritma yang menggabungkan data Bahasa pengguna, wilayah hingga jenis video yang biasa ditonton pengguna.

Hal yang penting agar video TikTok bisa masuk ke dalam halaman FYP antara lain sebagai berikut [4]:

1. Mengenali Minat dan preferensi Demografi Target dengan baik, baik berdasarkan umur, wilayah, jenis kelamin dan lainnya
2. Memiliki kualitas video dan audio konten yang baik
3. Memastikan cerita atau konsep konten menarik dan unik
4. Menciptakan gaya video yang khas yang menjadi identitas merek akun
5. Gunakan musik yang populer untuk menciptakan daya Tarik
6. Mengikuti tren viral yang sedang ada, terutama untuk pemula
7. Aktif berinteraksi dengan membalas komentar penonton anda secara positif
8. rutin serta konsisten dalam memposting konten
9. gunakan hashtag yang relevan dengan konten agar mudah untuk dicari atau dikategorikan
10. lakukan kolaborasi dengan pengguna lain jika memungkinkan
11. pantau dan analisa aktivitas dan pertumbuhan performa akun
12. awas dengan berita atau peristiwa local yang bisa menjadi isi konten anda



Gambar 3. Homepage Tiktok KaryalaksanaKKN2024

Hashtag (#)

Hashtag adalah cara untuk mengkategorikan konten agar mudah ditemukan oleh pengguna. Fitur tidak hanya mempermudah pencarian namun juga mempermudah pengguna dalam mengkategorikan konten agar mengarah ke demografi sasaran

SIMPULAN DAN SARAN

Setelah pembuatan video tiktok KaryalaksanaKKN2024 diharapkan *awareness* dan komunitas warga karyalaksana mampu meningkatkan citra positif yang ada di Desa Karyalaksana.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini didukung oleh Yayasan Al-Ma'soem yang telah menjembatani untuk kami bisa melakukan penelitian selama KKN. Kami juga berterima kasih kepada rekan-rekan kami dari Desa Karyalaksana yang telah memberikan wawasan dan keahlian yang sangat membantu selama penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Tiktok Indonesia. (2023). *Pengertian Tiktok*. <https://newsroom.tiktok.com/in-id/tiktok-adalah-platform-di-mana-konten-dan-transaksi-belanja-bertemu-membantu-konsumen-menemukan-dan-melakukan-pembelian-berikutnya>
- [2] MATTHEW BRENNAN. (2020). *ATTENTION FACTORY The Story of TikTok & China's ByteDance*. PT Elex Media Komputindo, https://www.google.co.id/books/edition/ATTENTION_FACTORY_Kisah_TikTok_ByteDance/Ps7bEAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=tentang+tiktok&pg=PA186&printsec=frontcover
- [3] Graciella Susanto. (2023). *Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness*. <https://doi.org/10.5281>
- [4] Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. (2021). Shani Dwi Putri. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/10300/7962>