



BINA DESA 2025: Pelatihan Produksi Konten dan Multimedia sebagai Upaya menjadi *Citizen Journalist* di Kampung Pekijing

BINA DESA 2025: Content and Multimedia Production Training as an Effort to Become a Citizen Journalist in Kampung Pekijing

Ardelia Citra Dewi^{1*}, Bangun Yoga Wibowo²

¹⁻²Program Studi Bimbingan dan Konseling, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

*Penulis Korespondensi: 2285220039@untirta.ac.id

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 20 November 2025;

Revisi: 18 Desember 2025;

Diterima: 15 Januari 2026;

Tersedia: 20 Januari 2026

Keywords: *Citizen Journalist;*
Content Production; Literacy
Tourism Village; Village
Development; Youth

Abstract: *The 2025 Bina Desa activity is a community service program aimed at enhancing the capacity of the youth in Kampung Pekijing in content and multimedia production as an effort to strengthen the role of citizen journalists. Kampung Pekijing has the potential to become a Literacy Tourism Village, but it is not yet supported by adequate digital promotion skills among the local community, especially the younger generation. This activity begins with a series of field observations to identify the needs and main issues of the village, which then serve as the basis for designing the training program. The implementation method uses participatory training that combines material delivery, discussions, interactive quizzes, and hands-on content production practice. The training is conducted in two stages, focusing on strengthening the understanding of content concepts, basic photography and videography techniques, up to the practice of creating and editing videos in a contextual manner. The results of the activity indicate an increase in participants' knowledge and skills in producing digital content, marked by their ability to independently create video content. In addition, participants showed a positive response to the material and training methods applied. Although there were some technical obstacles and time limitations, this activity demonstrated that practice-based and locally contextualized training is effective in encouraging youth engagement as citizen journalists to support the branding of Kampung Pekijing.*

Abstrak

Kegiatan Bina Desa 2025 merupakan program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan meningkatkan kapasitas pemuda Kampung Pekijing dalam produksi konten dan multimedia sebagai upaya penguatan peran *citizen journalist*. Kampung Pekijing memiliki potensi sebagai Kampung Wisata Literasi, namun belum didukung oleh kemampuan promosi digital yang memadai dari masyarakat lokal, khususnya generasi muda. Kegiatan ini diawali dengan serangkaian observasi lapangan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan utama kampung, yang kemudian menjadi dasar perancangan program pelatihan. Metode pelaksanaan menggunakan pelatihan partisipatif yang mengombinasikan penyampaian materi, diskusi, kuis interaktif, serta praktik langsung produksi konten. Pelatihan dilaksanakan dalam dua tahap dengan fokus pada penguatan pemahaman konsep konten, teknik fotografi dan videografi dasar, hingga praktik pembuatan dan penyuntingan video secara kontekstual. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memproduksi konten digital, yang ditandai dengan kemampuan peserta menghasilkan video konten secara mandiri. Selain itu, peserta menunjukkan respons positif terhadap materi dan metode pelatihan yang diterapkan. Meskipun terdapat beberapa kendala teknis dan keterbatasan waktu, kegiatan ini membuktikan bahwa pelatihan berbasis praktik dan konteks lokal efektif dalam mendorong keterlibatan pemuda sebagai *citizen journalist* untuk mendukung *branding* Kampung Pekijing.

Kata Kunci: Bina Desa; Citizen Journalist; Kampung Wisata Literasi; Pemuda; Produksi Konten

1. PENDAHULUAN

Kampung Pekijing pada dasarnya telah memiliki identitas sebagai Kampung Wisata Literasi. Namun, potensi dan identitas tersebut belum diikuti oleh kemampuan promosi yang optimal, sehingga *branding* kampung sebagai destinasi wisata literasi belum tersosialisasikan secara luas kepada masyarakat luar. Menurut Widodo & Fitriani (2021) dalam Duhan et al., (2025), penggunaan media sosial secara signifikan memengaruhi perkembangan citra merek/*branding*, terutama di kalangan generasi milenial dan zilenial. Penelitian ini, yang meneliti usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di daerah perkotaan, menemukan bahwa keselarasan konten visual, interaksi konsisten dengan pengikut, dan penerapan narasi merek yang relevan semuanya memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan peningkatan kesadaran merek/*branding* dan keterlibatan audiens. Penelitian ini juga menyoroti bagaimana taktik komunikasi yang spesifik untuk audiens target dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan merek dan mendorong loyalitas pelanggan yang berkelanjutan.

Tokoh masyarakat Kampung Pekijing menyampaikan harapan mereka agar warga, terutama generasi muda, dapat berpartisipasi aktif sebagai promotor desa dalam mengenalkan identitas Kampung Pekijing kepada masyarakat luar melalui media digital dan media sosial, berdasarkan pengamatan luas tim. Namun, keterampilan warga yang belum memadai dalam pengelolaan konten digital dan promosi berbasis media sosial terus menjadi hambatan bagi keterlibatan ini. Untuk memastikan upaya promosi Kampung Pekijing tidak semata-mata bergantung pada pihak luar, seperti pembuat konten dari luar daerah, tokoh masyarakat menekankan pentingnya keterlibatan langsung penduduk lokal dalam proses promosi desa (Observasi Kampung Pekijing, 2025).

Citizen journalism atau jurnalisme warga adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan partisipasi aktif warga dalam pembuatan konten media (Nah & Chung, 2020 sebagaimana dikutip dalam Sarjoko, 2021). Aktivitas *citizen journalism* mencakup proses pengumpulan, pengolahan, hingga penyebaran informasi kepada publik. Informasi yang disampaikan dapat disajikan dalam berbagai bentuk, seperti artikel tulisan, ilustrasi, foto, video, maupun laporan lisan. Kehadiran *citizen journalist* berperan sebagai “mata ketiga” bagi pers dalam mengungkap sisi lain realitas sosial, termasuk menjangkau wilayah dan peristiwa yang kerap luput dari perhatian media arus utama (Zakhary, 2015 dalam Mentari & Wininda, 2022)

Secara sederhana, konten digital adalah setiap kumpulan informasi yang dapat diakses melalui komputer atau platform digital lainnya dan disampaikan dalam bentuk teks atau tulisan, gambar atau foto, video, audio, dan kombinasinya. Pesan merupakan subjek yang esensial

untuk ditelaah, sebab melalui penyampaian pesan, proses interaksi komunikatif dapat terjalin. Pesan atau konten dalam ranah digital dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis: pesan tertulis atau teks, pesan visual berupa gambar/foto, pesan audio, serta pesan audio-visual yang menggabungkan audio dan video. Pesan tertulis atau teks utamanya memanfaatkan kata-kata sebagai sarana komunikasi utama ketika seseorang menyampaikan informasi melalui media seperti surel, fitur perpesanan instan (contohnya WhatsApp dan Telegram), serta platform media sosial (seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan TikTok) (Wahyuti, 2023).

Materi multimedia kini adalah komponen sentral dalam sektor digital yang mengalami pertumbuhan dinamis. Kemajuan teknologi terkini serta penetrasi internet yang semakin luas telah mentransformasi paradigma interaksi manusia dengan materi digital, meliputi format visual, audio, gambar, dan integrasi dari berbagai elemen tersebut (Berneo-Giraldo et al., 2022 sebagaimana dikutip dalam Andreas & Ika, 2023). Dalam era industri digital saat ini, konten multimedia memiliki peran penting yang signifikan dalam membentuk persepsi publik, membangun *branding*, dan mengembangkan interaksi pengguna yang berkesan (Chan-Olmsted et al., 2017 sebagaimana dikutip dalam Andreas & Ika, 2023). Lebih lanjut, dalam era industri digital saat ini, konten multimedia harus juga memperhitungkan kebutuhan dan selera audiens yang semakin bervariasi. Penikmat kontemporer memiliki ekspektasi yang tinggi terkait mutu visual dan auditori, serta mengharapkan pengalaman yang lebih partisipatif, adaptif, dan disesuaikan secara personal (Berneo-Giraldo et al., 2022 sebagaimana dikutip dalam Andreas & Ika, 2023).

2. METODE

Kegiatan dilaksanakan di Kampung Pekijing, Kelurahan Kalanganyar, Kecamatan Taktakan, Kota Serang, Banten. Penentuan lokasi berdasarkan beberapa alasan, diantaranya adalah adanya urgensi yang ditemukan di Kampung Pekijing berupa keinginan agar Kampung Pekijing dikenal secara lebih luas oleh masyarakat luar daerah dan keinginan tokoh masyarakat untuk adanya *citizen journalist* dari pemuda remaja kampung. Pada awalnya, terdapat sekitar 16-20 pemuda yang mengikuti pelatihan, namun pada akhirnya tersisa 10 remaja yang konsisten mengikuti kegiatan pelatihan sampai akhir. Metode pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

Tahap Persiapan

Tim pelaksana melakukan observasi pertama ke Kampung Pekijing pada 14 Mei 2025 untuk melihat situasi dan kondisi kampung sambil berbincang dengan Ka Bayu, sebagai tokoh pemuda Kampung Pekijing. Pada observasi kedua, yang kami laksanakan pada 18 Mei 2025,

kami berkesempatan untuk bertemu dengan tokoh masyarakat dan membahas urgensi apa saja yang dihadapi di Kampung Pekijing. Kami juga mengikuti beberapa acara rutin di Kampung Pekijing untuk diobservasi. Proses penentuan fokus pengabdian dilakukan melalui empat kali kegiatan observasi lapangan hingga diperoleh permasalahan utama yang dihadapi oleh Kampung Pekijing.

Tahap Pelaksanaan

Setelah melakukan koordinasi dengan tokoh masyarakat dan tokoh pemuda kampung, kami menentukan waktu untuk pelaksanaan kegiatan. Kelompok remaja Kampung Pekijing adalah sasaran untuk pelatihan ini. Kami memberikan beberapa pelatihan dan praktik kepada remaja kampung, salah satunya yaitu pelatihan produksi konten dan multimedia.

Monitoring dan Evaluasi

Monitoring dan evaluasi dilakukan secara berkala selama kegiatan berlangsung dan dilaksanakan oleh tim pelaksana untuk memastikan kesesuaian pelaksanaan program dengan perencanaan awal. Monitoring dilakukan melalui penguatan-penguatan materi dan pendampingan selama praktik lapangan. Evaluasi pelatihan atau kegiatan dilaksanakan dengan menggunakan *pre-test* dan *post-test* di sebelum dan sesudah pelatihan.

3. HASIL

Kegiatan pelatihan produksi konten dan multimedia dilaksanakan dua kali sebagai bentuk penguatan materi. Pelatihan pertama dilaksanakan pukul 15.30 WIB pada 12 Oktober 2025 di Panggung Budaya Kampung Pekijing. Agenda pelatihan mencakup penjelasan mengenai konten, jenis-jenis konten, pembuatan konsep konten, strategi dan teknik penyusunan narasi konten, psikologi warna, penentuan *color pallete*, dan teknik dasar fotografi dan videografi. Kemudian Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode pelatihan partisipatif yang mengombinasikan penyampaian materi melalui presentasi, diskusi, kuis interaktif, dan praktik langsung. Pelatihan kedua dilaksanakan pukul 15.30 WIB pada 27 Oktober 2025 di Panggung Budaya Kampung Pekijing, yang dipandu langsung oleh kami. Pada pelatihan kedua, kami fokus pada *review* untuk penguatan materi dan praktik langsung produksi konten berjenis video.

Hasil dari pelatihan ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta. Sebagai *output*, peserta mampu menghasilkan video konten yang menarik, yang sebelumnya belum pernah mereka lakukan, sehingga mencerminkan peningkatan pemahaman peserta terhadap proses produksi konten. Umpan balik peserta menunjukkan tingkat kepuasan yang baik terhadap materi yang disampaikan serta metode

pelatihan yang diterapkan. Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan masih menghadapi beberapa kendala, antara lain yaitu keterbatasan waktu praktik akibat keterlambatan kehadiran sebagian peserta, keterbatasan kapasitas penyimpanan pada perangkat telepon seluler yang digunakan, serta perlunya pendampingan lanjutan untuk memastikan penyelesaian tugas pengeditan video.

Bagian ini merupakan bagian utama artikel hasil pengabdian dan biasanya merupakan bagian terpanjang dari suatu artikel. Hasil pengabdian yang disajikan dalam bagian ini adalah hasil “bersih”. Proses analisis data tidak perlu disajikan. Tabel dan grafik dapat digunakan untuk memperjelas penyajian hasil pengabdian. Tabel dan grafik harus diberi komentar atau bahasan.

Persiapan Tim Pelaksanaan

Untuk menjamin kelancaran pelaksanaan kegiatan pelatihan produksi konten dan multimedia, tim pelaksana melakukan persiapan yang matang. Langkah pertama dalam persiapan adalah perencanaan yang cermat, yang mencakup pemilihan materi pelatihan, penyusunan sesi praktik, dan penentuan agenda kegiatan. Untuk memastikan semua persyaratan teknis terpenuhi, tim juga bekerja sama dengan pihak terkait, termasuk pemateri yang ahli di bidang yang berkaitan serta fasilitas yang akan digunakan. Tim pelaksana juga mengadakan pengarahan bagi setiap anggota untuk membahas tugas dan tanggung jawab masing-masing.

Mempersiapkan Alat yang Dibutuhkan

Tim pelaksana memastikan bahwa semua alat yang dibutuhkan tersedia dan berfungsi dengan baik untuk mempersiapkan pelatihan produksi konten dan multimedia. Tim pelaksana juga membuat daftar perangkat keras yang diperlukan seperti laptop, proyektor, dan kabel ekstensi. Sebelum pelatihan dilakukan, tim pelaksana memastikan semua peralatan dalam kondisi baik. Untuk menghindari masalah teknis yang dapat mengganggu pelatihan, persiapan juga mencakup pengujian perangkat lunak dan koneksi internet yang akan digunakan selama pelatihan berlangsung.

Kegiatan Pelatihan Produksi Konten dan Multimedia

Kegiatan pelatihan produksi konten dan multimedia dibuka dengan isi pengantar yang menjelaskan tujuan diadakannya pelatihan produksi konten dan multimedia. Sesi pertama berfokus pada penjelasan konten, psikologi warna, teknik dasar fotografi dan videografi, dan dasar *editing*. Untuk memberikan peserta pemahaman yang jelas tentang standar konten dan multimedia yang dapat diterima, informasi ini disampaikan melalui presentasi interaktif yang didukung oleh studi kasus. Sebelum melanjutkan ke sesi berikutnya, peserta diberi kesempatan

untuk mendiskusikan topik yang dibahas dan mengajukan pertanyaan untuk memastikan mereka memahami konsep dasar tersebut, juga melakukan kuis interaktif melalui platform *quiziz*.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan (a) Penjelasan materi (b) Foto bersama pemateri

Pada minggu kedua pelaksanaan, kegiatan dilanjutkan dengan latihan pembuatan konten yang dilakukan secara kontekstual dengan memanfaatkan momentum dari Pawai Asmaul Husna yang diadakan oleh Madrasah Kampung Pekijing dan diikuti oleh peserta didik madrasah setempat. Peserta ditugaskan untuk melakukan penyuntingan rangkaian acara Pawai Asmaul Husna dari berbagai *angle*. Kemudian melakukan pengeditan video dan *voice over* sekreatif mungkin. Kegiatan ini bertujuan untuk melatih kemampuan peserta dalam mengoperasikan aplikasi edit.



Gambar 2. Pawai Madrasah

4. DISKUSI

Pelaksanaan pelatihan produksi konten dan multimedia dalam kegiatan Bina Desa 2025 menunjukkan bahwa pendekatan pengabdian yang berfokus pada pemberdayaan pemuda memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan potensi kampung berbasis literasi dan media digital. Pemilihan remaja Kampung Pekijing sebagai sasaran kegiatan didasarkan pada peran mereka sebagai kelompok usia yang adaptif terhadap teknologi serta memiliki peluang besar untuk menjadi agen promosi kampung secara berkelanjutan.

Hasil pelatihan memperlihatkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep dasar konten digital, termasuk perencanaan ide, penyusunan narasi, serta teknik visual sederhana. Kemampuan peserta dalam menghasilkan video konten, yang sebelumnya belum pernah dilakukan, menunjukkan bahwa metode pelatihan partisipatif dengan penekanan pada praktik langsung mampu menjembatani kesenjangan keterampilan yang ada. Penggunaan media presentasi, diskusi, dan kuis interaktif turut membantu peserta memahami materi secara lebih sistematis dan tidak bersifat satu arah.

Praktik pembuatan konten yang dilakukan secara kontekstual dengan memanfaatkan kegiatan Pawai Asmaul Husna menjadi nilai tambah dalam pelatihan ini. Pendekatan tersebut tidak hanya melatih keterampilan teknis peserta, tetapi juga meningkatkan sensitivitas mereka dalam menangkap peristiwa lokal sebagai bahan konten yang bernilai informasi. Dengan demikian, peserta tidak hanya belajar mengoperasikan aplikasi pengeditan, tetapi juga memahami esensi *citizen journalism* sebagai proses mendokumentasikan dan menyampaikan realitas sosial di lingkungan sekitar.

Meskipun kegiatan berjalan dengan baik, terdapat beberapa kendala yang memengaruhi efektivitas pelatihan, seperti keterbatasan waktu praktik akibat keterlambatan kehadiran peserta serta kendala teknis berupa kapasitas penyimpanan perangkat yang terbatas. Selain itu, proses penyelesaian tugas pengeditan video memerlukan pendampingan lanjutan agar hasil yang diharapkan dapat tercapai secara optimal. Kendala tersebut menjadi catatan penting dalam perencanaan kegiatan serupa di masa mendatang, khususnya terkait manajemen waktu dan kesiapan perangkat peserta. Secara keseluruhan, pelatihan ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas pemuda dalam produksi konten digital dapat menjadi langkah awal yang efektif untuk membangun keterlibatan masyarakat lokal dalam promosi kampung secara mandiri dan berkelanjutan.

5. KESIMPULAN

Kegiatan Bina Desa 2025 melalui pelatihan produksi konten dan multimedia berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemuda Kampung Pekijing dalam mengelola konten digital sebagai bagian dari upaya menjadi *citizen journalist*. Pelatihan yang dirancang berdasarkan hasil observasi lapangan mampu menjawab kebutuhan masyarakat, khususnya terkait penguatan kemampuan promosi kampung berbasis media digital.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep dasar produksi konten, tetapi juga mampu menerapkannya dalam bentuk video yang diproduksi

secara mandiri. Metode pelatihan partisipatif yang mengombinasikan penyampaian materi, diskusi, dan praktik langsung terbukti efektif dalam mendorong keterlibatan aktif peserta. Meskipun masih ditemui beberapa kendala teknis dan keterbatasan waktu, kegiatan ini memberikan gambaran bahwa pendampingan berkelanjutan berpotensi memperkuat peran pemuda sebagai penggerak promosi Kampung Pekijing.

Dengan demikian, pelatihan produksi konten dan multimedia dapat menjadi strategi pengabdian masyarakat yang relevan untuk mendukung pengembangan *citizen journalism* dan memperkuat *branding* kampung berbasis partisipasi warga lokal.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada para pemuda dan tokoh masyarakat Kampung Pekijing atas bantuan dan kerja samanya dalam melaksanakan kegiatan. Kami juga berterima kasih kepada remaja dari Kampung Pekijing atas partisipasinya yang antusias dalam sesi pelatihan tentang produksi konten dan multimedia. Selain itu, terima kasih juga disampaikan kepada Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sultan Ageng Tirtayasa atas bantuan kelembagaannya dan kepada semua yang telah membantu dalam kelancaran pelatihan ini.

DAFTAR REFERENSI

- Achmad Perguna, L., Fikri Dzirkillah, A., & Agusta Afriansyah, I. (2022). Membangun rumah maya: Upaya branding desa Pancasila pada pemuda Sukoreno Kabupaten Jember. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1). <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v6i1.2040>
- Duhan, M., Alfian, G., Altalario Bintang Anugrah, R., & Lesmana, F. (2025). Penggunaan media sosial sebagai platform utama untuk branding digital. *PT Jurnal Cendekia Indonesia Jurnal Sinergi Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Gerakan Literasi Melalui Perpustakaan Desa Dalam Membangun Pengetahuan Masyarakat Kampung Literasi Pekijing. (n.d.).
- Mada, R. D., Muttaqin, Z., Fauzan, M., & Setiawan, A. (n.d.). Revitalisasi perpustakaan desa untuk meningkatkan minat baca masyarakat Kampung Pekijing. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat | SENAMA*.
- Partisipasi Citizen Journalist dalam Menulis Berita di Kompasiana.Com. (n.d.).
- Reuleut Timur, D., Subhani, A., Nazaruddin, M., Yunanda, R., Arifin, A., Husna, A., Zulkarnaen, T., Maulana, L., Kelompok Karang Taruna Gampong Reuleut Timur, A., & Muara Batu, K. (2025). Pendampingan kelompok Karang Taruna dalam kegiatan citizen journalism. 9. <https://doi.org/10.30811/vokasi.v9i1.5981>

- Sarjoko, S. (2021). Mengelola citizen journalist di media NU Online. *Kalijaga Journal of Communication*, 2(2), 107–120. <https://doi.org/10.14421/kjc.22.02.2020>
- Tigor Oktaga, A. (2023). Peningkatan kualitas konten multimedia era industri digital. *Jurnal Penelitian Sistem Informasi*, 1(3), 321–334. <https://doi.org/10.54066/jpsi.v1.i3.845>
- Tri Wahyuti, M. (2023). *Produksi konten digital*. PT Rekacipta Proxy Media.