

Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi Yang Kreatif Dan Beradab Bagi Generasi Z

Ana Humardhiana^{1*}, Rani Ika Wijayanti², Mochamad Syaefudin³, Abdu Zikrillah⁴

IAIN Syekh Nurjati Cirebon

¹e-mail: anahumardhiana@gmail.com

²e-mail: raniikawijayanti@gmail.com

³e-mail: syaefudinmochamad@gmail.com

⁴e-mail: az051191@gmail.com

*Corresponding Author

ABSTRAK

Terlahir ketika internet sudah tersedia, generasi Z adalah generasi yang terhubung secara global dan berjejaring di dunia virtual. Hal ini membuat mereka rentan terhadap kejahatan *cyber*, baik sebagai pelaku maupun korban dan tidak menampik kemungkinan juga jika mereka berperan besar dalam surplus sampah informasi. Tulisan ini berupaya untuk menjabarkan pelatihan yang dilakukan oleh Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon dalam rangka menangani hal tersebut. Peserta dari pelatihan ini adalah santri Madrasah Aliyah Bina Cendekia Cirebon, yang merupakan bagian dari generasi Z. Dengan menggunakan metode pembelajaran *Project Based Learning*, pelatihan ini disampaikan dalam bentuk 3 kegiatan, yaitu pelatihan infografis, pelatihan pembuatan konten *vlog* dan kanal YouTube, dan pelatihan *food photography*. Hasil pelatihan ini adalah santri Madrasah Aliyah Bina Cendekia Cirebon dapat memanfaatkan teknologi informasi secara kreatif dengan menciptakan infografis dan konten *vlog* yang dapat menambah ilmu pengetahuan, serta foto makanan yang bernilai seni. Hal ini sejalan dengan pemanfaatan teknologi informasi yang beradab, yang menjauhkan mereka dari kejahatan *cyber* dan tidak memunculkan sampah informasi.

Kata kunci: Teknologi Informasi; Generasi Z; MA Bina Cendekia Cirebon

ABSTRACT

Born when the internet was available, generation Z is a generation that is globally connected and networked in a virtual world. This makes them vulnerable to cybercrimes, both as perpetrators and victims and does not rule out the possibility that they also play a major role in the information waste surplus. This paper attempts to describe the training conducted by the Department of Islamic Communication and Broadcasting, IAIN Syekh Nurjati Cirebon in order to deal with this. The participants of this training are students of Madrasah Aliyah Bina Cendekia Cirebon, who are part of Generation Z. Using the Project Based Learning method, this training is delivered in the form of 3 activities, namely infographic training, training on creating vlog content and YouTube channels, and food training. photography. The result of this training is that students of Madrasah Aliyah Bina Cendekia Cirebon can use information technology creatively by creating infographics and vlog content that can increase knowledge, as well as food photos that have artistic value. This is in line with the use of civilized information technology, which keeps them away from cybercrimes and does not generate information waste.

Keywords: Information Technology; Generation Z; MA Bina Cendekia Cirebon

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dewasa ini membawa dampak perubahan sosial di masyarakat. Seiring dengan hal tersebut, maka terjadi juga peningkatan arus konten digital yang semakin *massive*. Konten digital merupakan hasil dari perluasan konten analog yang muncul karena perkembangan teknologi digital (Sugiono, 2020). Penyebaran konten digital ini dapat berupa teks, infografis, foto, dan video melalui kanal berita maupun media sosial seperti *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, dan sebagainya (Kencana & Meisyanti, 2019).

Sebagai perluasan konten analog, konten digital lebih dapat menjangkau masyarakat di berbagai wilayah, kalangan, maupun usia dengan bantuan jaringan internet. Meskipun demikian, pengguna internet di Indonesia didominasi oleh mereka yang berusia 15-19 tahun berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2018 (*Usia 15-19 Tahun Pengakses Internet Terbesar di Indonesia - Tekno Tempo.co*, n.d.). Survei berdasarkan umur ini melibatkan 5.900 sampel dengan hasil pengguna usia 15-19 menduduki peringkat pertama dengan persentase 91% mengakses internet dan 9% tidak menggunakan internet. Sementara, kelompok usia 20-24 tahun menduduki peringkat kedua pengakses internet terbanyak dengan persentase 88,5% pengguna, dan sisanya 11,5% non-pengguna. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna internet adalah *digital natives*, sebuah istilah yang digunakan untuk merujuk ke golongan masyarakat yang lahir dan tumbuh di tengah-tengah pesatnya perkembangan teknologi digital.

Marc Prensky (2001), seorang pakar pendidikan dan pencetus istilah *digital natives*, mengartikan *digital natives* sebagai penutur asli dari bahasa digital yang ada di komputer, video game, dan internet. Mereka sangat fasih dengan bahasa internet karena mereka terlahir pada era serba digital. Helsper dan Eynon (2010) menambahkan bahwa generasi *digital natives* lahir ketika internet telah menjadi bagian dari hidup mereka. Hal ini berbeda dengan *digital immigrants* yang terlahir sebelum era digital dan harus belajar dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi. *Digital immigrants* terdiri dari generasi-generasi yang dibesarkan tanpa teknologi internet, yaitu generasi X, generasi *baby boomers*, dan generasi-generasi sebelumnya. Sedangkan *digital natives* terdiri dari generasi millennial (generasi Y), generasi Z, dan generasi-generasi setelahnya. Berdasarkan survei sensus penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 dengan menggunakan literatur William H Frey, seorang ahli demografi dari Amerika, tentang pengelompokan penduduk berdasarkan generasi, BPS mengkategorikan kelompok generasi millennial sebagai kelompok penduduk yang lahir pada kurun tahun 1981-1996 dan generasi Z dikategorikan sebagai kelompok penduduk yang lahir pada rentang tahun 1997-2012 (*Sensus*

Penduduk 2020, BPS: Generasi Z dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk RI - Bisnis Tempo.co, n.d.).

Sebagai *digital natives* yang terlahir ketika teknologi internet sudah tersedia, generasi Z memiliki beberapa karakteristik. Mereka sangat menggemari teknologi, fleksibel, lebih cerdas, dan toleran pada perbedaan budaya (Rastati, 2018). Generasi ini disebut juga sebagai generasi internet dimana mereka menghabiskan banyak waktunya untuk berinteraksi lewat media sosial. Mereka terhubung secara global dan berjejaring di dunia virtual, menjadikan mereka generasi yang berpikiran global dan memiliki tingkat toleran yang tinggi terhadap berbagai macam perbedaan. Menurut Sladek dan Grabinger (2014), generasi ini tidak akan diam saja jika mereka memiliki pengalaman baik maupun buruk; mereka akan mengungkapkannya di media sosial. Saling berbagi foto, video, dan pesan, generasi ini menyampaikan berbagai situasi yang sedang terjadi di sekitarnya ke seluruh dunia (Rastati, 2018). Hal inilah yang membuat generasi Z rentan terhadap kejahatan *cyber*, baik sebagai pelaku maupun korban, dan tidak menampik kemungkinan juga jika mereka berperan besar dalam surplus sampah informasi.

Kejahatan *cyber* atau *cybercrime* adalah “segala bentuk kejahatan yang terjadi di dunia maya atau internet” (M. Naufal & Jannah, 2012). Kejahatan ini memanfaatkan perkembangan teknologi, khususnya internet, untuk melakukan tindakan yang melanggar hukum. Sementara sampah informasi dapat dipahami sebagai segala bentuk informasi yang tidak menambah pengetahuan tetapi cenderung tidak bermanfaat dan mengganggu bahkan sampai menimbulkan kekacauan. Oleh karena itu, generasi Z, khususnya murid di Madrasah Aliyah (MA) Bina Cendekia Cirebon, memerlukan bekal pengetahuan maupun pelatihan tentang pemanfaatan teknologi informasi yang beradab agar mereka dapat menjauhkan diri dari kejahatan *cyber* dan dapat lebih bijak lagi dalam aktivitas pertukaran informasi.

MA Bina Cendekia Cirebon adalah sekolah level menengah atas yang terletak di Kecamatan Astanajapura, Cirebon. Berada di bawah naungan Yayasan Bina Cendekia Utama Cirebon (YBCUC), sekolah ini mulai berdiri pada tahun 2010. Berbasis pesantren, sekolah ini dirancang untuk menjadi sekolah yang unggul dengan penguatan di bidang agama dan keterampilan (vokasional). Selama lebih dari 10 tahun, sekolah ini giat dalam memberikan pelatihan-pelatihan untuk bekal keterampilan santrinya. Merupakan bagian dari generasi Z, santri MA Bina Cendekia Cirebon memerlukan pelatihan penggunaan teknologi informasi secara kreatif dan beradab agar dapat menjadi *digital natives* yang lebih bijak.

Tulisan ini dibuat untuk menguraikan bentuk pelatihan pemanfaatan teknologi informasi secara kreatif dan beradab di MA Bina Cendekia Cirebon, serta pengaruh pelatihan tersebut kepada para peserta.

BAHAN DAN METODE

Pengabdian yang dilaksanakan oleh Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), IAIN Syekh Nurjati Cirebon, ini dilaksanakan pada tanggal 23 September 2020 di MA Bina Cendekia Cirebon dengan tidak dipungut biaya. Peserta dari kegiatan ini adalah para santri perempuan dan laki-laki dengan rentang usia 16-18 tahun; rentang usia ini masuk dalam kategori generasi Z. Jumlah peserta yang mengikuti pelatihan ini kurang-lebih 50 santri.



Gambar 1. Santri MA Bina Cendekia Cirebon Bersama Para Mentor

Dalam kegiatan pelatihan pemanfaatan teknologi informasi yang kreatif dan beradab ini, ada tiga jenis materi yang disampaikan, yaitu pelatihan pembuatan infografis, pembuatan konten *vlog* dan kanal YouTube, serta *food photography*. Materi-materi yang disampaikan ini selaras dengan tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu memanfaatkan teknologi informasi secara kreatif dan beradab. Berbekal tiga macam kegiatan tersebut, kami menyusun metode dan strategi dalam penyampaian materi. Metode yang digunakan dalam penyampaian materi pelatihan ini adalah pertemuan tatap muka. Manfaat dari pertemuan tatap muka adalah adanya interaksi langsung antara peserta dengan mentor sehingga penyampaian pesan dapat dilakukan secara efektif dan efisien (Silitonga & D V, 2012). Karena masih dalam masa pandemi Covid-19, untuk mencegah adanya kerumunan dalam skala besar, kami membagi pelatihannya ke dalam 3 kelas yang berbeda yang disesuaikan dengan minat santri masing-masing.

Dalam kegiatan ini, kami menggunakan *Project Based Learning* atau Pembelajaran Berbasis Proyek sebagai model pembelajarannya. Model ini dirasa sesuai dengan materi, situasi, kondisi, dan karakteristik peserta karena model pembelajaran ini bersifat inovatif yang melibatkan kerja proyek dimana peserta dapat bekerja secara mandiri dalam mengkonstruksi pembelajarannya dan pada akhirnya merealisasikannya dalam produk nyata (Hanafiah dan Suhana, 2009). *Buck*

Institute for Education dalam Sutirman (2013) mendefinisikan *Project Based Learning* sebagai suatu metode pengajaran sistematis yang melibatkan peserta didik dalam mempelajari pengetahuan dan keterampilan melalui proses yang terstruktur, pengalaman nyata dan teliti yang dirancang untuk menghasilkan produk.

Model pembelajaran *Project Based Learning* memiliki beberapa keunggulan atau kelebihan (Boss dan Kraus dalam Abidin, 2007). Kelebihan dari model pembelajaran ini adalah (1) bersifat terpadu dengan kurikulum sehingga tidak memerlukan tambahan apapun dalam pelaksanaannya, (2) siswa terlibat dalam kegiatan dunia nyata dan mempraktikkan strategi otentik secara disiplin, (3) siswa bekerja secara kolaboratif untuk memecahkan masalah yang penting baginya, (4) teknologi terintegrasi sebagai alat untuk penemuan, kolaborasi, dan komunikasi dalam mencapai tujuan pembelajaran penting dalam cara-cara baru, dan (5) meningkatkan kerjasama guru dalam merancang dan mengimplementasikan proyek-proyek yang melintasi batas-batas geografis atau bahkan melompati zona waktu. Model pembelajaran ini dipilih karena para peserta dapat mendiskusikan permasalahan yang mereka alami bersama para mentor dan menerapkan materi yang didapatkan dalam sebuah *mini project* (Abidin, 2007) dengan memanfaatkan fasilitas sekolah, *gadget* masing-masing, dan benda-benda sederhana di sekitar mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Infografis

Infografis adalah serangkaian gambar dan/atau diagram yang disajikan dalam satu kesatuan dengan jumlah teks yang minimal (*Meaning of Infographic*, n.d.). Infografis merupakan salah satu bentuk teknik sajian visualisasi media massa yang memerlukan kreatifitas dan desain tertentu dalam bentuk lambang atau simbol sebagai pengganti kata (Riyanti & Triarosdianan, 2015). Terdapat empat kategori infografis yaitu a) Infografis statis, tanpa konsep audio atau animasi yang bergerak; b) Infografis animasi yang digunakan pada media audio visual dan disajikan dalam bentuk 2 dimensi atau 3 dimensi; c) Infografis Interaktif yang ditampilkan pada website. Biasanya lebih bersifat kompleks karena pengguna dapat berinteraksi dan yang terakhir; d) Infografis fisik dengan penyajian data berbentuk tiga dimensi.

Berasal dari gabungan kata Info yang asalnya dari kata informasi dan grafis yang berarti gambar, maka infografis adalah salah satu metode penyampaian pesan dengan menggunakan gambar. Manfaat menggunakan infografis adalah untuk menyampaikan data, mempermudah mengetahui inti pembahasan, lebih terpercaya dan profesional serta mampu meningkatkan minat pembaca (Saptodewo, 2014). Karena infografis menyampaikan informasi dalam bentuk gambar,

maka akan sangat memudahkan bagi khalayak untuk mengurangi *misinterpretation* (Ranice dalam Riyanti & Triarosdianan, 2015).

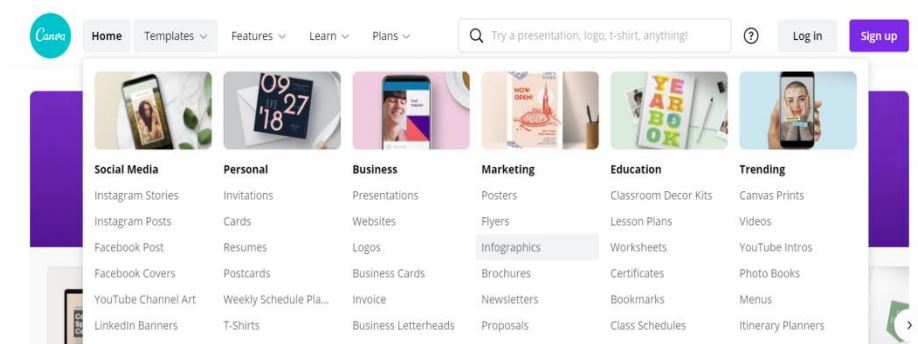
Para peserta diberi pelatihan untuk membuat infografis dengan memperhatikan unsur-unsur penting dalam infografis, seperti: tata letak atau *layout*; unsur dan prinsip desain grafis; elemen teks atau *typography*; dan elemen gambar atau *illustration*. Mereka diajarkan membuat infografis dengan langkah-langkah yang sistematis (Kurniasih, 2017) , antara lain:

1. Mencari dan mengumpulkan data yang akan diolah menjadi infografis
2. Menentukan tujuan pembuatan infografis
3. Menganalisis audience yang akan menjadi sasaran publikasi infografis
4. Mendesain infografis dengan memperhatikan elemen-elemen pendukung seperti ikon, simbol, gambar, foto, teks, warna, garis dan tata letak
5. Jangan lupa untuk selalu menyertakan sumber data maupun kutipan
6. Lakukan revisi apabila diperlukan
7. Finalisasi infografis dengan cara berdiskusi dengan rekan kerja atau tim
8. Mempublikasikan infografis kepada audience melalui sarana yang telah ditentukan

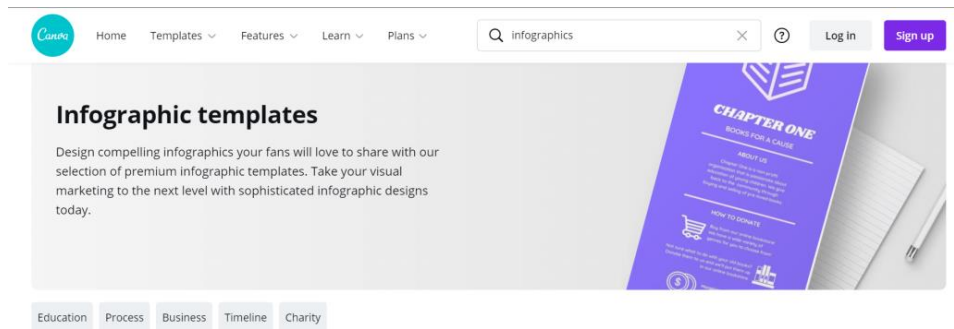
Sebelum praktikum dimulai, para mentor mencoba mengetes pengetahuan peserta tentang infografis dengan pertanyaan sederhana seperti: “Apakah kalian tahu tentang infografis?”. Hampir seluruh peserta menjawab tidak tahu apa yang disebut dengan infografis. Namun setelah mentor menunjukkan bentuk dari infografis, para peserta berkata pernah melihatnya di media namun tidak mengetahui kalau itu yang disebut infografis.

Pada pelatihan kali ini, peserta diajak membuat infografis melalui website Canva. Hal ini dilakukan karena website tersebut mudah digunakan oleh para pemula sekalipun. Selain itu, *website* ini juga menyediakan banyak *template*, *font*, foto, ikon dan simbol yang dapat dipilih. Langkah-langkah pembuatan infografis melalui *Canva* adalah sebagai berikut:

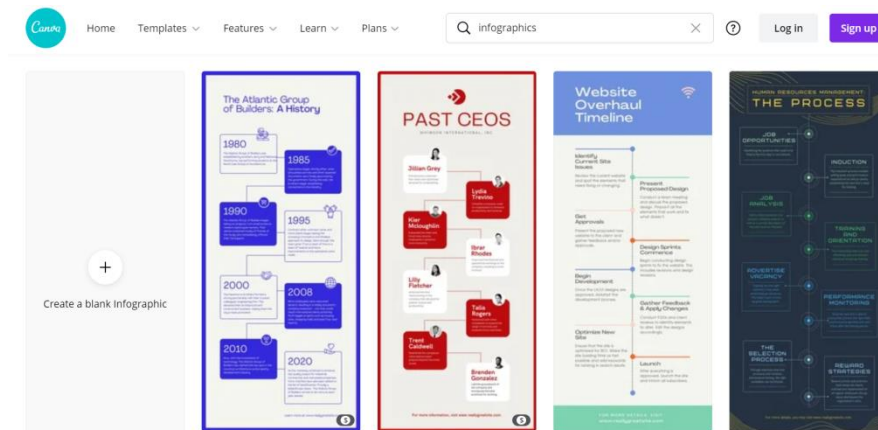
1. Masuk ke situs <http://www.canva.com/>
2. Arahkan kursor ke kolom *Templates* lalu pilih *Marketing – Infographics*



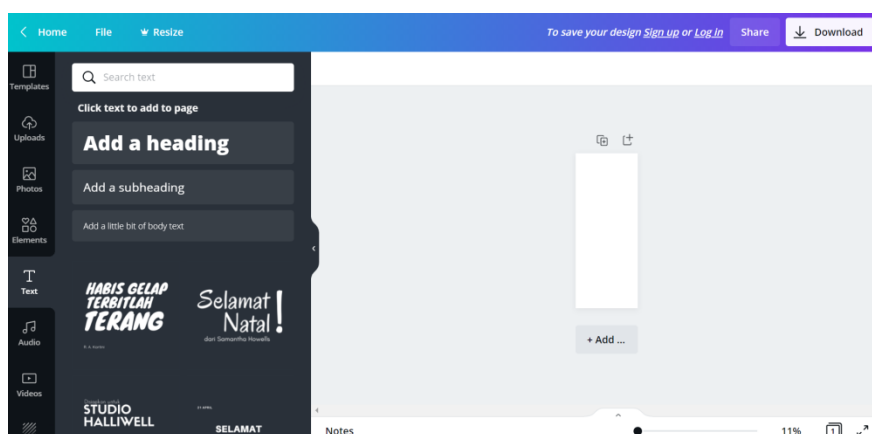
3. Setelah itu anda akan dibawa masuk ke halaman *Infographics*



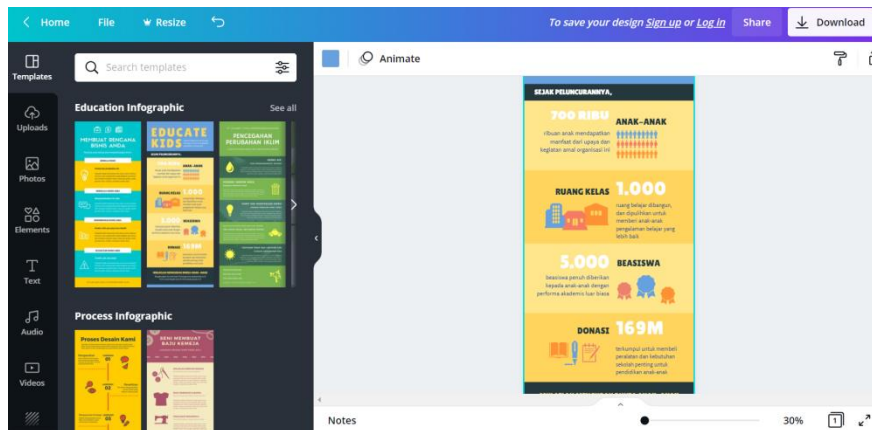
- Di dalam halaman tersebut anda bisa membuat infografis baru tanpa menggunakan *template* yang sudah disediakan dengan memilih *create a blank infographic* atau anda bisa memilih *template* yang sudah disediakan



- Apabila anda memilih *blank canvas*, maka tampilan lembar kerja anda akan nampak kosong. Anda bisa berkreasi bebas memasukkan foto, elemen, huruf, dan lain-lain



- Namun jika anda memilih *template* yang sudah disediakan, maka anda akan langsung dapat mengisi kolom-kolom yang disediakan dan andapun juga dapat mengubah elemen-elemen lain sesuai dengan kesukaan anda



7. Setelah anda selesai membuat desain infografis sesuai dengan keinginan anda. Langkah selanjutnya adalah mengunduh desain yang sudah anda buat dengan cara klik *download*, maka desain anda akan langsung tersimpan di perangkat anda dan siap untuk dipublikasikan

Tentunya ada banyak sekali *software* maupun *website* yang dapat digunakan untuk membuat desain infografis. Alasan mentor memilih *Canva* sebagai media praktikum karena mudah digunakan dan dapat diakses melalui komputer maupun *smartphone*. Penggunaan *Canva* sebagai media praktikum tidak terlepas dari kekurangan seperti memerlukan koneksi internet yang stabil karena cukup besar penggunaan paket datanya. Untuk itu para peserta memanfaatkan komputer sekolah dalam pelaksanaan pelatihan pembuatan infografis ini. Para peserta lalu mulai mencoba mendesain sebuah infografis sederhana yaitu membuat infografis tentang biodata diri mereka sendiri. Hal ini dilakukan karena sangat mudah untuk dipahami dan cepat untuk dibuat.

Pelatihan Pembuatan Konten Vlog dan Kanal YouTube

YouTube merupakan *platform* jejaring terbesar di dunia untuk membuat, membagikan, dan menemukan berbagai macam konten video. *Platform* layanan ini diciptakan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada bulan Februari tahun 2005, lalu pada bulan November 2006 dibeli oleh perusahaan Google. Layanan YouTube dapat digunakan untuk kepentingan profesional maupun pribadi. Sebagai platform yang muncul pada tahun 2005, YouTube sudah menjadi bagian dari hidup generasi Z. Pengguna platform berbasis video ini semakin meningkat tiap tahunnya. Berdasarkan data *We Are Social* pada bulan Januari 2021, sebanyak 93,8% penduduk Indonesia berusia 16-64 tahun mengakses YouTube dalam satu bulan terakhir, menjadikan *platform* tersebut meraih persentase tertinggi dibanding platform lainnya, seperti WhatsApp (87,7%), Instagram (86,6%), Facebook (85,5%), Twitter (63,6%), Facebook Messenger (52,4%), LINE (44,3%), LinkedIn (39,4%), TikTok (38,7%), dan Pinterest (35,6%) (94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir / Databoks, n.d.).

Dalam kegiatan pengabdian ini, peserta mendapatkan pelatihan membuat *channel* (kanal) YouTube karena ternyata mayoritas peserta yang hadir belum dapat membuat kanal YouTube sendiri. Ketidak-*familiar*-an mereka dengan fitur-fitur yang ada di YouTube disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah intensitas penggunaan internet yang terbatas dan ponsel yang tidak mendukung karena sebagian dari mereka berasal dari kelas sosial ekonomi menengah ke bawah. Oleh karena itu, kami memulai pelatihan di kelas ini dari awal, yaitu pembuatan akun hingga kanal YouTube. Agar pelatihan ini berhasil, peserta pun dilatih untuk membuat email di Google supaya dapat digunakan untuk membuat kanal di YouTube. Sekitar 95% peserta dapat berhasil membuat kanal di YouTube. Lima persen lainnya belum berhasil karena mengalami kendala sendiri, seperti tidak memiliki ponsel bahkan tidak memiliki nomor ponsel sendiri.

Setelah pelatihan pembuatan akun dan kanal YouTube, peserta mendapatkan pelatihan berupa pembuatan konten *vlog*. *Vlog* adalah singkatan dari kata video dan *blog*. *Blog* sendiri merupakan gabungan dari kata *web* dan *log*, yang dapat didefinisikan sebagai tulisan-tulisan berisi informasi yang diunggah pada sebuah halaman *web*. Seiring dengan kemajuan zaman, kehadiran ponsel pintar memungkinkan para *blogger* mengunggah foto ke *web* yang disebut dengan *mobile blogging*, dan beberapa *blog* yang terdiri dari video disebut *vlog*. Ada 6 jenis *vlog* yaitu *daily vlog* (*vlog* harian), *travel vlog* (*vlog* jalan-jalan), *food vlog* (*vlog* makanan), *relationship vlog* (*vlog* hubungan), *beauty and life style vlog* (*vlog* kecantikan dan gaya hidup), dan *kid vlog* (*vlog* anak-anak). Pembuatan *vlog* berlangsung dalam 3 proses, yaitu pra produksi, produksi, dan pasca produksi. Pra produksi adalah tahapan persiapan sebelum proses produksi, di mana pencarian ide dan konsep, pembuatan alur dan skrip, pembuatan jadwal, survei lokasi, persiapan peralatan, dan sebagainya dilakukan. Produksi adalah tahapan selanjutnya di mana proses pengambilan gambar berdasarkan alur dan skrip yang telah dibuat sebelumnya dilakukan. Lalu, proses terakhir disebut pasca produksi di mana proses editing, *review*, *upload*, tayang, promosi, dan sebagainya dilakukan.

Setelah peserta memahami konsep dasar dari *vlog*, peserta mendapatkan materi tentang pembuatan skrip atau naskah *vlog* supaya peserta yang masih pemula dalam dunia *vlogging* dapat lebih lancar berbicara di depan kamera dan informasi yang disampaikan bisa lebih terstruktur. Pada dasarnya, naskah terbagi menjadi 3 bagian, yaitu pembuka, isi yang mengandung inti dari konten yang diangkat, dan penutup. Dalam membuat konten *vlog*, peserta dapat menggunakan berbagai macam bahasa untuk meraih minat *viewers* (pemirsa), di antaranya yaitu bahasa Indonesia baku, bahasa gaul, bahasa Indonesia yang dicampur dengan bahasa Inggris atau bahasa asing lainnya, dan bahasa daerah, yang disesuaikan dengan tema konten yang diangkat dan target pemirsa yang diinginkan. Agar terlihat lebih *luwes* lagi di kamera, peserta mendapatkan tips-tips

supaya naskah tidak membosankan, antara lain melakukan improvisasi, melatih ekspresi muka, gestur tubuh, dan emosi, membuat penekanan kata di beberapa kata yang dirasa penting, menambahkan lelucon, dan membuat skenario yang mengandung unsur klimaks, anti-klimaks, atau *plot-twist*.

Peserta kemudian mulai mempraktekan apa yang mereka pelajari di kelas setelah menerima materi tentang pembuatan kanal YouTube, *vlog*, dan naskah *vlog*. Dalam kegiatan ini, peserta menggunakan fasilitas yang disediakan oleh sekolah berupa komputer dan jaringan internet. Mereka juga menggunakan ponsel masing-masing untuk membuat *vlog*. Akan tetapi, karena beberapa peserta tidak mempunyai ponsel, mereka bergabung dengan teman yang lain yang memiliki ponsel dan membuat *vlog* bersama. Di akhir pelatihan, sekitar 65% peserta dapat menyelesaikan proyeknya sampai ke pengunggahan *vlog* di YouTube. Sementara 35% lainnya menyelesaikan proyeknya setelah pelatihan, pulang sekolah, dan di malam hari.

Pelatihan *Food Photography*

Food photography atau seni memotret makanan saat ini sedang menjadi trend di masyarakat. Salah satu dampak dari adanya internet dan penggunaan *smartphone* membuat siapa saja mampu membuat konten foto dan mengunggahnya ke media sosial. Para peserta mendapat materi tentang dasar fotografi, pengoperasian fitur-fitur kamera di *smartphone* serta tip dan trik seputar fotografi. Maka pelatihan ini dirancang sedemikian rupa untuk memberikan ilmu dasar terkait fotografi makanan secara praktis dan sederhana.

Fotografi adalah sebuah seni melukis dengan cahaya dengan menggunakan peralatan-peralatan untuk menangkap objek atau momen tertentu. Fotografi lekat dengan kehidupan masyarakat modern karena fotografi kini tidak hanya dipandang sebagai hobby maupun pekerjaan. Namun sekarang fotografi dapat digunakan sebagai sarana untuk mengkomunikasikan *brand value*, seni dan ekspresi diri. Fotografi saat ini tidak hanya terpaku pada penggunaan kamera digital. Seiring dengan kemajuan teknologi, kamera di *smartphone* pun kini telah dilengkapi dengan teknologi terbaru sehingga orang-orang yang berminat di bidang fotografi tidak lagi kesulitan untuk menghasilkan karya (Tanjung, 2019).

Food photography atau fotografi makanan adalah seni mengabadikan makanan dengan tujuan untuk menarik minat dan membuat makanan nampak menarik. Dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalam *smartphone* seperti *autofocus*, *gridlines*, *HDR mode* dan *exposure triangle* dapat membantu menghasilkan foto yang baik. Supaya foto tersebut terlihat menarik, maka diperlukan adanya pengaturan komposisi. Ada berbagai jenis komposisi yang dapat

dieksplorasi dalam fotografi seperti *rule of third*, *golden triangle*, *symmetry*, *repetition*, *negative space*, dan lain sebagainya (Yekti Herlina, 2007).

Pada kegiatan kali ini, peserta juga diajarkan bagaimana cara mengenali dan memanfaatkan sumber cahaya, bermain dengan *angle* dan menumbuhkan ide-ide kreatif yang dapat diterapkan dalam *food photography*. Sebelum memulai praktikum, para peserta diberikan materi sebagai pengantar. dan dilanjutkan dengan praktikum sekaligus sesi tanya jawab dengan mentor.

Para peserta dibagi menjadi beberapa kelompok karena tidak semua peserta membawa *smartphone*, dengan komposisi satu kelompok berisi 3-4 orang. Proses praktikum *food photography* dimulai dengan mengambil beberapa benda untuk dijadikan objek fotonya. Tidak hanya memanfaatkan benda saja, peserta juga menggunakan anggota tubuhnya seperti tangan dan wajah untuk membuat foto semakin menarik. Langkah selanjutnya adalah mereka mulai menata komposisi apa yang paling menarik untuk dipotret. Selain itu mereka juga mengatur arah pencahayaan dari mana yang pas sehingga foto menjadi jelas dan tidak gelap. Pencahayaan dalam fotografi adalah hal yang krusial, karena tanpa cahaya maka foto tidak akan bisa tercipta (Gunawan, 2015).

Peserta terlihat sangat antusias saat mencoba *angle* foto apa yang pas untuk objeknya. Seringkali mereka kebingungan untuk mengatur *angle* dan komposisi foto. Maka dari itu, keberadaan mentor sangatlah bermanfaat karena peserta dapat langsung melakukan tanya jawab tentang kesulitan yang mereka alami. Setelah foto berhasil didapat, hasil foto mereka dinilai oleh mentor sekaligus memberikan saran-saran terkait kelebihan dan kekurangan dari foto yang mereka ambil. Kegiatan pengabdian ini ditutup dengan refleksi bersama sekaligus memberikan penguatan kepada para peserta untuk terus melatih kemampuan fotografi mereka dan mengeksplorasi hal-hal baru di bidang fotografi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Generasi Z adalah generasi yang sangat fasih menggunakan teknologi dan mengakses internet untuk berjejaring sosial. Maka tidak heran jika mereka dijuluki sebagai *digital natives*. Dengan intensitas tinggi dalam bersosial media, generasi Z lebih rentan terhadap kejahatan *cyber*, baik sebagai pelaku maupun korban, dan dapat berperan besar dalam surplus sampah informasi. Oleh karena itu, pelatihan pemanfaatan teknologi informasi yang kreatif dan beradab dibutuhkan oleh generasi ini. Akan tetapi, tidak semua generasi Z fasih menggunakan teknologi, salah satunya yaitu santri yang ada di MA Bina Cendekia Cirebon. Pelatihan ini pun diadakan dengan tujuan agar mereka lebih kreatif dan beradab dalam memanfaatkan teknologi informasi.

Pelatihan ini terdiri dari 3 jenis, yaitu pelatihan pembuatan infografis, pembuatan konten *vlog* dan kanal YouTube, serta *food photography*. Karena masih dalam masa pandemi Covid-19, untuk mencegah adanya kerumunan dalam skala besar, pelatihan ini dibagi menjadi 3 kelas yang berbeda, disesuaikan dengan minat santri masing-masing. Pelatihan yang diikuti sekitar 50 santri ini disampaikan dengan menggunakan metode *Project Based Learning*. Di akhir pelatihan, sebagian besar santri dapat menyelesaikan proyeknya, sementara beberapa santri yang lain harus menyelesaikan proyeknya sesuai pelatihan, sepulang sekolah, maupun di malam hari. Hal ini dikarenakan beberapa santri tidak mempunyai ponsel sendiri dan belum fasih dalam mengakses internet.

Setelah diadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa pelatihan ini, santri MA Bina Cendekia Cirebon dapat memanfaatkan teknologi informasi secara kreatif dengan menciptakan infografis dan konten *vlog* yang dapat menambah ilmu pengetahuan, serta foto makanan yang bernilai seni. Hal ini sejalan dengan pemanfaatan teknologi informasi yang beradab, yang menjauhkan mereka dari kejahatan *cyber* dan tidak memunculkan sampah informasi. Dari pelatihan ini, kami berharap edukasi tentang penggunaan teknologi informasi yang cerdas dan bijaksana bisa diterapkan di segala jenjang pendidikan, dari Sekolah Dasar sampai ke Perguruan Tinggi, dan di kota-kota besar maupun di pelosok-pelosok desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh santri dan jajaran pembina MA Bina Cendekia Cirebon serta Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), IAIN Syekh Nurjati Cirebon atas waktu dan kesempatannya untuk terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Informasi yang Kreatif dan Beradab bagi Generasi Z” dengan sukses.

REFERENSI

- Abidin, Z. (2007). *Analisis Eksistensial*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Gunawan, A. P. (2015). Pencahayaan dalam Studio Fotografi. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 12(1).
- Hanafiah, N., & Suhana, C. (2009). Konsep strategi pembelajaran. *Bandung: Refika Aditama*.
- Helsper, E. J., & Eynon, R. (2010). Digital natives: Where is the evidence? *British Educational Research Journal*, 36(3), 503–520. <https://doi.org/10.1080/01411920902989227>

- Kencana, W. H., & Meisyanti, M. (2019, March). KREATIVITAS DIGITAL DALAM POLITICAL MARKETING. In *Conference On Communication and News Media Studies* (Vol. 1, pp. 115-115).
- Kurniasih, N. (2017). *Infografis*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/5jh43>
- Meaning of Infographic*. (n.d.). Retrieved June 26, 2021, from <https://www.lexico.com/definition/infographic>
- M. Naufal, M., & Jannah, H. (2012). Penegakan Hukum Cyber Crime Ditinjau Dari Hukum Positif Dan Hukum Islam. *Al-Mawarid Journal of Islamic Law*, 12(1), 69–84.
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants* (Vol. 9, Nomor 5). MCB University Press.
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta. *Kwangsan*, 6(1), 286903.
- Riyanti, R., & Triarosdianan, S. (2015). Efektivitas Infografis Media Online (Survey Pemberitaan Tempo.Co pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Kopertis Wilayah III). *Bina Widya*, 26(1), 54–61.
- Saptodewo, F. (2014). Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik. *Jurnal Desain*, 01(03), 193–198. <http://www.erickazof.com/apa-itu->
- Sensus Penduduk 2020, BPS: Generasi Z dan Milenial Dominasi Jumlah Penduduk RI - Bisnis Tempo.co*. (n.d.). Diambil 26 Juni 2021, dari <https://bisnis.tempo.co/read/1425919/sensus-penduduk-2020-bps-generasi-z-dan-milenial-dominasi-jumlah-penduduk-ri>
- Silitonga, Y., & D V, E. (2012). Analisa Perbandingan Kualitas Belajar - Mengajar Antara Metode Face to Face dan Video Conference. *Jurnal Sistem Informasi (JSI)*, 4(2), 477–487.
- Sladek, S., & Grabinger, A. (2014). Gen Z: The first generation of the 21st Century has arrived. Retrieved May, 5, 2016.
- Sugiono, S. (2020). *Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5 . 0 Digital Content Industry in Society 5 . 0 Perspective*. 22(2), 175–191.
- Sutirman, M. P. (2013). Media dan model-model Pembelajaran Inovatif. *Yogyakarta: Graha*.
- Tanjung, M. R. (2019). Fotografi Ponsel (Smartphone) Sebagai Sarana Media Dalam Perlembangan Masyarakat Modern. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 1(2), 224–234.
- Usia 15-19 Tahun Pengakses Internet Terbesar di Indonesia - Tekno Tempo.co*. (n.d.). Diambil 26 Juni 2021, dari <https://tekno.tempo.co/read/1205955/usia-15-19-tahun-pengakses-internet-terbesar-di-indonesia>
- Gunawan, A. P. (2015). Pencapaian dalam Studio Fotografi. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan*

Desain, 12(1).

Kurniasih, N. (2017). *Infografis*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/5jh43>

Meaning of Infographic. (n.d.). Retrieved June 26, 2021, from <https://www.lexico.com/definition/infographic>

Riyanti, R., & Triarosdianan, S. (2015). Efektivitas Infografis Media Online (Survey Pemberitaan Tempo.Co pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta Kopertis Wilayah III). *Bina Widya*, 26(1), 54–61. http://library.upnvj.ac.id/pdf/artikel/Majalah_Ilmiyah_UPN/bw-vol26-no1-mar2015/54-61.pdf

Saptodewo, F. (2014). Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik. *Jurnal Desain*, 01(03), 193–198. <http://www.erickazof.com/apa-itu->

Tanjung, M. R. (2019). Fotografi Ponsel (Smartphone) Sebagai Sarana Media Dalam Perlembangan Masyarakat Modern. *PROPORSI: Jurnal Desain, Multimedia Dan Industri Kreatif*, 1(2), 224–234.

Yekti Herlina. (2007). Komposisi Dalam Seni Fotografi. *Nirmana*, 9(2), 82–88. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/17676>

94% Orang Indonesia Akses YouTube dalam Satu Bulan Terakhir / *Databoks*. (n.d.). Diambil 26 Juni 2021, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/17/94-orang-indonesia-akses-youtube-dalam-satu-bulan-terakhir>