



Pembuatan E-Magazine Digitalk Sebagai Media Informasi Di Era Digital

Yuniar Sakinah Waliulu¹, Aksa Noya², Intan Indriyati³

^{1,3}Universitas Pattimura; Jl. Ir. M. Putuhena, Kampus Poka, Ambon; ²Institut Agama Kristen Indonesia; Jl. Dolog, Halong Atas, Ambon

e-mail: ¹yuniarsakinahw@gmail.com , ²aksanoya04@gmail.com, ³intanindriyati635@gmail.com

Abstrak

Komunikasi menjadi landasan dalam pengembangan kreativitas. Dalam konteks penulisan kreatif, komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan gagasan dengan cara yang menarik, imajinatif, dan bermakna. Penulisan kreatif tidak hanya sekadar menulis cerita, puisi, atau esai, tetapi juga tentang bagaimana penulis dapat membangun hubungan emosional dengan pembaca. Majalah merupakan salah satu media komunikasi massa yang berusaha menyampaikan pesan kepada khalayak dengan sangat terperinci karena memiliki karakteristik yang berbeda dari media cetak lainnya. Karakteristik dari majalah dapat dilihat dari isi pesan yang disajikan sebuah majalah. Dalam penyajian pesannya, majalah menyajikan pesannya lebih mendalam, memiliki nilai aktualitas lebih lama, gambar atau foto yang lebih banyak dan memiliki sampul sebagai daya tarik.

Adapun tujuan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui penerbitan e-magazine ini yakni (1) dapat memenuhi kebutuhan informasi masyarakat mengenai topik bagaimana menjadi content creator di era digital; (2) dapat mengerti dan memahami serta memanfaatkan media sosial dengan tepat; (3) dapat mengerti dan mengetahui tentang perkembangan teknologi dan digital; (4) memberikan panduan komprehensif dan inspirasi bagi para pemula untuk menjadi content creator, baik individu maupun perusahaan, dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di era digital dan (5) membantu pembaca memahami tren terkini dalam dunia produksi konten, menawarkan strategi efektif untuk meningkatkan kualitas dan jangkauan audiens, serta memperkenalkan teknologi inovatif yang dapat digunakan dalam berbagai platform. Pembuatan majalah online ini dimulai dari Januari - Maret 2025 di Kota Ambon.

Kata Kunci: Majalah, Online, E-Magazine, Content Creator, Media Informasi

Abstract

Communication is the foundation for developing creativity. In the context of creative writing, communication serves as a means to convey ideas in an engaging, imaginative, and meaningful way. Creative writing is not just about writing stories, poetry, or essays; it is also about how writers can build emotional connections with readers. Magazines are a mass communication medium that strives to convey messages to audiences in great detail, possessing characteristics that differ from other print media. The characteristics of a magazine can be seen in the content they present. In presenting their messages, magazines present more in-depth messages, have longer-lasting topicality, include more images or photographs, and have attractive covers.

The objectives of implementing community service through the publication of this e-magazine are (1) to meet the public's information needs on the topic of how to become a content creator in the digital era; (2) to understand and comprehend and utilize social media appropriately; (3) to understand and know about technological and digital developments; (4) to provide comprehensive guidance and inspiration for beginners to become content creators, both individuals and companies, in facing challenges and utilizing opportunities in the digital era and (5) to help readers understand the latest trends in the world of content production, offer effective strategies to improve the quality and reach of audiences, and introduce innovative technologies that can be used in various platforms. The creation of this online magazine started from January - March 2025 in Ambon City.

Keywords: Magazine, Online, E-Magazine, Content Creator, Information Media

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah inti dari setiap interaksi manusia. Sebagai proses pertukaran informasi, ide, dan emosi, komunikasi telah menjadi salah satu elemen fundamental dalam membangun hubungan personal maupun profesional. Dalam konteks yang lebih luas, komunikasi tidak hanya menjadi media untuk menyampaikan pesan, tetapi juga alat untuk membangun persepsi, menyelesaikan konflik, dan menciptakan perubahan sosial.

Komunikasi adalah “proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim (*sender*) ke penerima (*receiver*), melalui suatu medium (*channel*) yang biasa mengalami gangguan (*noise*) (Waliulu, Naryanti, dkk, 2024).

Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, komunikasi mengalami transformasi besar. Seorang filsuf media, menyatakan bahwa “*the medium is the message*” (media adalah pesan). Hal ini menggarisbawahi bagaimana media yang digunakan untuk berkomunikasi memiliki pengaruh signifikan terhadap cara pesan dipahami. Misalnya, komunikasi melalui media sosial cenderung lebih cepat, interaktif, dan bersifat visual, berbeda dengan komunikasi tradisional melalui surat atau percakapan tatap muka.

Komunikasi juga menjadi landasan dalam pengembangan kreativitas. Dalam konteks penulisan kreatif, komunikasi berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan gagasan dengan cara yang menarik, imajinatif, dan bermakna. Penulisan kreatif tidak hanya sekadar menulis cerita, puisi, atau esai, tetapi juga tentang bagaimana penulis dapat membangun hubungan emosional dengan pembaca. Menurut Robert McKee, seorang ahli storytelling, “Cerita yang baik tidak hanya menggambarkan kehidupan, tetapi juga menawarkan makna.” Dengan kata lain, Penulisan kreatif memiliki sebuah kekuatan untuk menggugah perasaan, menghibur dan memberikan pandangan baru kepada audiens. Penulisan kreatif adalah salah satu kegiatan yang di dalamnya menyediakan keterampilan menulis sehingga tulisan yang dihasilkan menjadi menarik dan pembaca tertarik untuk membacanya (Juliana, 2022). Nayla (2018) menyatakan bahwa penulisan kreatif kini menjadi salah satu media komunikasi yang lebih efektif di mana pengirim penulisan kreatif tersebut bukan hanya dapat menyampaikan sesuatu hal atau masalah kepada pihak yang dituju, pengirim juga dapat memberitahukan hal atau masalah kepada publik.

Selain itu, komunikasi yang efektif membutuhkan pemahaman mendalam tentang audiens. Ahli komunikasi interpersonal, Joseph A. DeVito, menekankan pentingnya empati dan mendengarkan aktif dalam setiap proses komunikasi (Devito, 2016). Menurutnya, komunikasi yang berhasil adalah komunikasi yang melibatkan interaksi dua arah, di mana setiap pihak merasa didengar dan dipahami. Dalam penulisan kreatif, pemahaman terhadap audiens membantu penulis menciptakan karya yang relevan dan beresonansi dengan pembaca.

Namun, tantangan komunikasi tidak dapat diabaikan. Salah satu tantangan terbesar adalah adanya hambatan komunikasi, baik itu dalam bentuk hambatan bahasa, budaya, maupun teknologi. Rumra, Waliulu, dkk (2024) mengemukakan bahwa terdapat konsep penting dalam model Shannon dan Weaver: kebisingan. Gangguan (*noise*) merupakan rangsangan tambahan yang tidak diinginkan yang mempengaruhi keakuratan pesan yang dikirimkan. Dalam penulisan kreatif, “*noise*” ini dapat berupa ambiguitas dalam bahasa, ketidaksesuaian gaya dengan audiens, atau kesalahan dalam menyampaikan tema utama.

Majalah merupakan salah satu media komunikasi massa yang berusaha menyampaikan pesan kepada khalayak dengan sangat terperinci karena memiliki karakteristik yang berbeda dari media cetak lainnya. Kamus Besar Bahasa Indonesia menyebutkan bahwa majalah berisi tentang berbagai liputan jurnalistik maupun pandangan mengenai topik aktual yang harus diketahui oleh pembaca (Putri & Oktavianti, 2023). Karakteristik dari majalah dapat dilihat dari isi pesan yang disajikan sebuah majalah. Dalam penyajian pesannya, majalah menyajikan pesannya lebih mendalam, memiliki nilai aktualitas lebih lama, gambar atau foto yang lebih banyak dan memiliki sampul sebagai daya tarik. Namun,

di era digital, majalah menghadapi tantangan baru: yaitu persaingan dengan media digital. Munculnya platform digital seperti website, blog, dan media sosial memberikan alternatif bagi pembaca untuk mendapatkan informasi dan hiburan.

Era digital saat ini, manusia sebagai pengguna teknologi informasi yang terhubung satu dengan yang lain melalui proses pertukaran informasi, hal ini menyebabkan semakin terbukanya saluran informasi, maka semakin tidak ada lagi pembatasan akses informasi (Waliulu & Rumra, 2024). Hal ini membuat informasi dapat diakses melalui media apa saja, termasuk dengan majalah online.

Perubahan perilaku konsumen, generasi muda cenderung lebih memilih konten digital yang mudah diakses dan dinamis. Perubahan model bisnis, model bisnis tradisional majalah yang bergantung pada iklan cetak mulai tergerus oleh platform digital yang menawarkan model iklan yang lebih tertarget. Era digital telah mengubah cara kita berkomunikasi, mengakses informasi, dan berinteraksi dengan dunia. Teknologi berkembang dengan pesat, menghadirkan peluang dan tantangan baru seperti salah satunya memproduksi konten di sosial media untuk memberikan informasi. Dari platform media sosial hingga platform streaming, konten menjadi raja dalam dunia digital.

Orang-orang yang memproduksi konten dinamakan *Content Creator*. Perubahan teknologi ini telah melahirkan kebutuhan baru bagi para *Content Creator* : (1) Munculnya platform baru dan fitur-fitur baru, teknologi yang terus berkembang, (2) memberikan peluang baru untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas konten.

Majalah ini hadir untuk menjawab kebutuhan para *Content Creator*, baik individu maupun perusahaan, untuk memahami tren terkini, strategi efektif, dan teknologi inovatif dalam produksi konten. Dan majalah ini akan menjadi wadah bagi para profesional, penggiat, dan penggemar teknologi dan komunikasi untuk menjelajahi dunia digital yang terus berkembang.

Kurangnya pemahaman akan pentingnya pemanfaatan media teknologi di era serba digital dan kebutuhan masyarakat mengenai panduan, wawasan, dan inspirasi yang relevan bagi generasi muda, khususnya Gen Z, yang ingin mengeksplorasi dunia content creator.

Perkembangan media internet sekarang ini semakin pesat dengan ditandai dengan sangat mudahnya informasi diperoleh (Prasetyo & Trisyanti dalam Julianto dkk, 2021). Penggunaan media sosial yang semakin marak di tengah masyarakat, memungkinkan masyarakat mengakses informasi apapun setiap saat tanpa batas, memungkinkan masyarakat memanfaatkan teknologi dan media sosial bukan hanya sebagai penikmat semata namun juga sebagai produsen atau penyedia informasi dan hiburan kepada masyarakat luas. Kehadiran media sosial harus mampu dimanfaatkan secara positif.

Namun, penggunaan teknologi dan pemanfaatan media sosial harus dimanfaatkan dengan bijak dan beretika. Informasi yang dibagikan pun haruslah sesuai sasaran audiens, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman saat berkomunikasi. Maka itu, pentingnya untuk memastikan memiliki informasi yang cukup, panduan dan tips serta trik bijak membuat konten di media sosial bagi seorang *content creator* melalui pembuatan majalah online (*e-magazine*).

Dengan adanya permasalahan ini, maka solusi yang ditawarkan adalah berupa sosialisasi kepada masyarakat melalui pembuatan majalah digital (*e-magazine*) yang telah melalui serangkaian proses mulai dari tahap pra produksi, produksi hingga pasca produksi yang dilakukan oleh tim redaksi yang terdiri dari beberapa mahasiswa dan dosen sebagai Produser dan Penyunting.

METODE PENELITIAN

Dalam memberikan solusi terhadap dua permasalahan yang dihadapi oleh mitra yakni :
(1) Kurangnya pemahaman akan pentingnya pemanfaatan media teknologi di era serba digital dan
(2) Kebutuhan masyarakat mengenai panduan, wawasan, dan inspirasi yang relevan bagi generasi muda, khususnya Gen Z, yang ingin mengeksplorasi dunia content creator.

Maka, tahapan sosialisasi yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Tahap observasi, pada tahap ini tim melakukan observasi dengan melakukan diskusi bersama beberapa mahasiswa dan masyarakat yang mewakili kelompok Gen Z untuk mengetahui secara rinci permasalahan yang ada.
2. Tahap persiapan, pada tahap ini dikenal dengan tahap pra produksi. Pada tahap pra produksi ini, tim melakukan sejumlah persiapan sebelum memulai penulisan majalah digital tersebut. Pra produksi dimulai dengan memilih topik majalah, menyusun rubrik yang akan ada di dalam majalah digital, memilih jenis tulisan, menentukan target pembaca, dan menentukan berbagai elemen grafis yang akan ada di dalam majalah digital.
3. Tahap sosialisasi, pada tahap ini disebut juga tahap produksi dimana tahap ini tim melakukan penulisan dengan berbagai judul, jenis tulisan beragam, mulai dari puisi, resensi, feature perjalanan, tips, feature human interest, dan cerpen. Pada tahap ini pula, tim mengumpulkan sejumlah informasi dari sumber terpercaya di internet sebagai bahan pendukung saat proses penulisan.
4. Tahap pasca produksi, pada tahap ini sejumlah tulisan yang telah diselesaikan akan disunting oleh Dosen Pengampu Mata Kuliah Creative Writing yang bertindak sebagai Penyunting. Pada tahap ini, penyuntingan dilakanulai dar tata bahasa, penggunaan huruf kapital, penggunaan tanda baca, isi tulisan dan lain sebagainya. Pada tahap ini pula dilakukan pengecekan terakhir pada desain majalah.
5. Tahap Promosi, pada tahap ini majalah siap dicetak dan diubah dalam format digital yang memudahkan pembaca untuk mengakses majalah digital kapan saja dan dimana saja.

Adapun langkah-langkah pelaksanaan pengabdian yang ditempuh guna melaksanakan solusi atas permasalahan mitra adalah sebagai berikut :

- a. Partisipasi pembaca yakni masyarakat luas dalam mengakses majalah digital tersebut terbilang cukup baik, hal ini terlihat dari animo masyarakat terutama Gen Z yang turut membagikan tautan majalah digital tersebut melalui akun media sosial masing-masing, artinya masyarakat merasa informasi yang ada dalam majalah tersebut bermanfaat.
- b. Adapun evaluasi pembuatan majalah digital yang dilakukan adalah dengan melihat dan menilai bagaimana antusiasme masyarakat terhadap isi tulisan yang telah dibuat. Keberlanjutan pembuatan majalah digital kedepannya dapat dilakukan sebagai bentuk menyediakan informasi yang bermanfaat dengan tema dan topik yang beragam mengikuti isu atau fenomena yang sedang terjadi di tengah masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan dilakukan kurang lebih selama enam bulan mulai dari tahap pra produksi, tahap produksi dan tahap pasca produksi. Kegiatan dilakukan di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pattimura.

Dari hasil koordinasi awal, tim pelaksana kegiatan pengabdian menyiapkan materi penulisan yang akan ada di dalam majalah online tersebut dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat. Selain menyiapkan bahan tulisan, tim juga melakukan koordinasi dengan sejumlah mahasiswa untuk persamaan persepsi agar informasi dalam majalah online tidak menjadi bias.

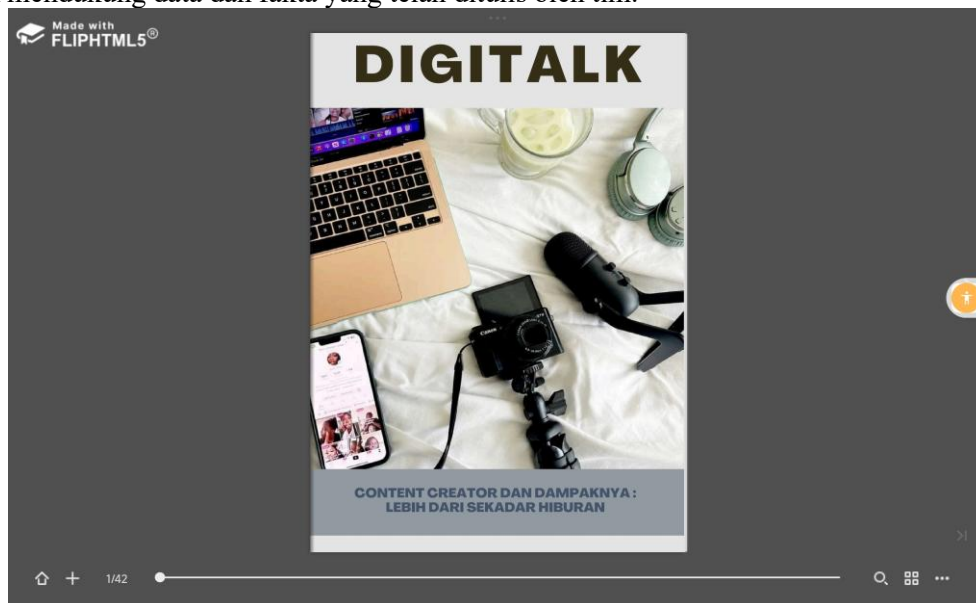
Jenis artikel yang disiapkan juga beragam, diantaranya adalah future perjalanan, future tips, puisi, biografi dan lain sebagainya. Rubrik yang terdapat dalam majalah online Digitalk juga beragam, mulai dari Salam redaksi, tajuk khusus, tajuk umum, tajuk khusus, iklan, resensi, tips dan lain sebagainya. Pada tahap Pra produksi ini juga, tim PkM melakukan riset untuk bahan tulisan. Pada tahap ini pula ditentukan target pembaca, hal ini penting agar bahasa dan sejumlah artikel yang akan disiapkan sesuai dengan target pembaca.

Setelah segala persiapan selesai, maka tim akan masuk ke tahap selanjutnya yakni tahap produksi. Pada tahap ini, tim mulai menulis sesuai dengan jenis artikel dan topik artikel yang telah

disiapkan saat tahap pra produksi. Pengumpulan foto atau gambar yang sesuai dengan topik tulisan juga dilakukan pada tahap ini.

Berbagai jenis artikel ditulis oleh tim yang telah disesuaikan dengan tema pada penerbitan majalah online saat ini. Tahap terakhir adalah tahap pasca produksi. Pada tahap ini, seluruh tulisan yang telah selesai ditulis akan disunting terlebih dahulu oleh Ketua Tim yakni Dosen Pengampu.

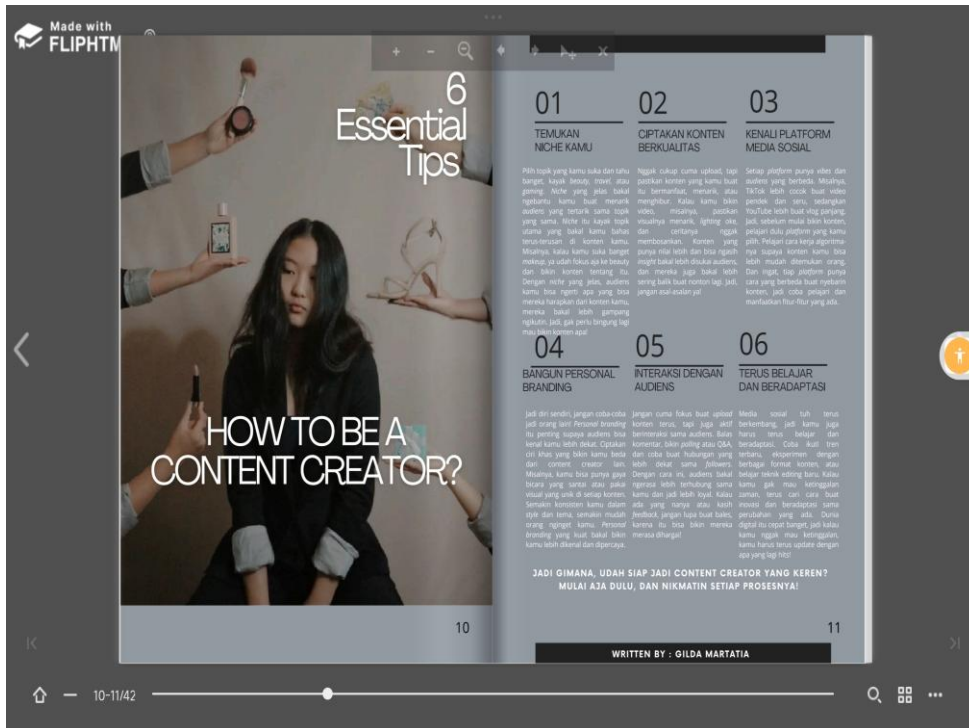
Penyuntingan dilakukan dengan tujuan sebagai berikut: (1) memperbaiki kesalahan penulisan seperti ejaan, tanda baca, dan struktur kalimat; (2) mengatasi kesalahan dalam mengatur struktur kalimat dalam satu paragraf; (3) menjaga keterbacaan naskah; (4) memastikan data dan fakta yang disampaikan jelas dan tepat; (5) memastikan naskah tidak menyalahi agama, undang-undang, dan norma masyarakat; dan (6) memantapkan hubungan antar bagian dalam naskah. Penyuntingan naskah merupakan tugas penting dalam sebuah proses penerbitan baik cetak maupun online. Pada tahap ini juga, majalah online kemudian diatur tata letak (layout) dan diedit mulai dari pemilihan font, warna desain, melengkapi artikel dengan foto atau gambar yang sesuai dengan isi artikel. Hal ini penting, bukan hanya sebagai penambah estetika di majalah, namun juga untuk mendukung data dan fakta yang telah ditulis oleh tim.



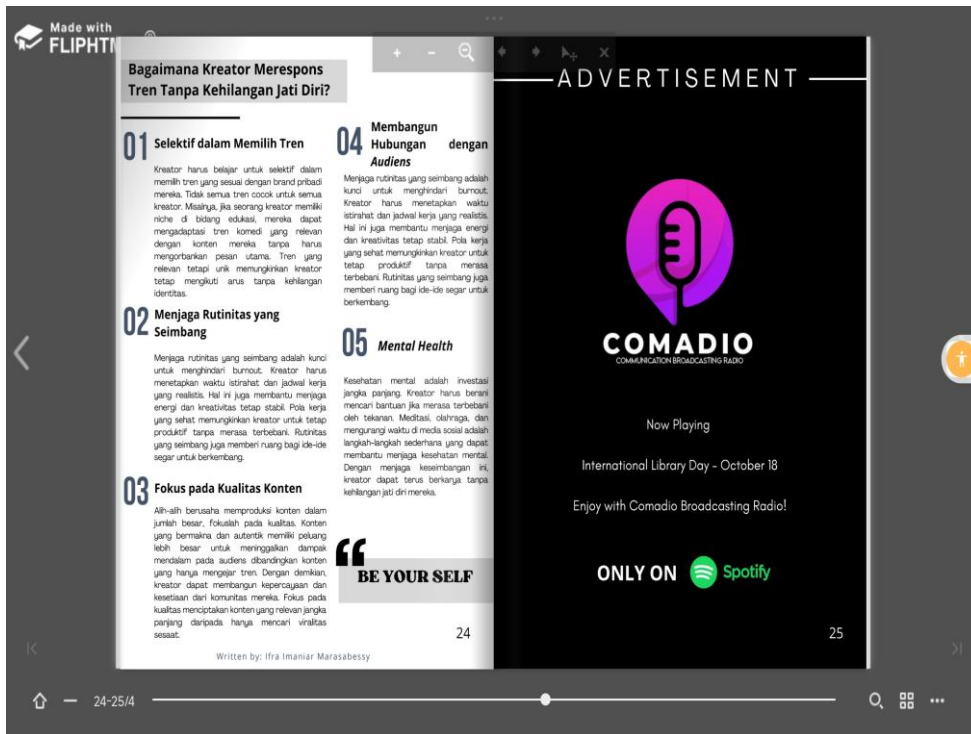
Gambar 1. Tampilan Cover Depan Majalah Digitalk



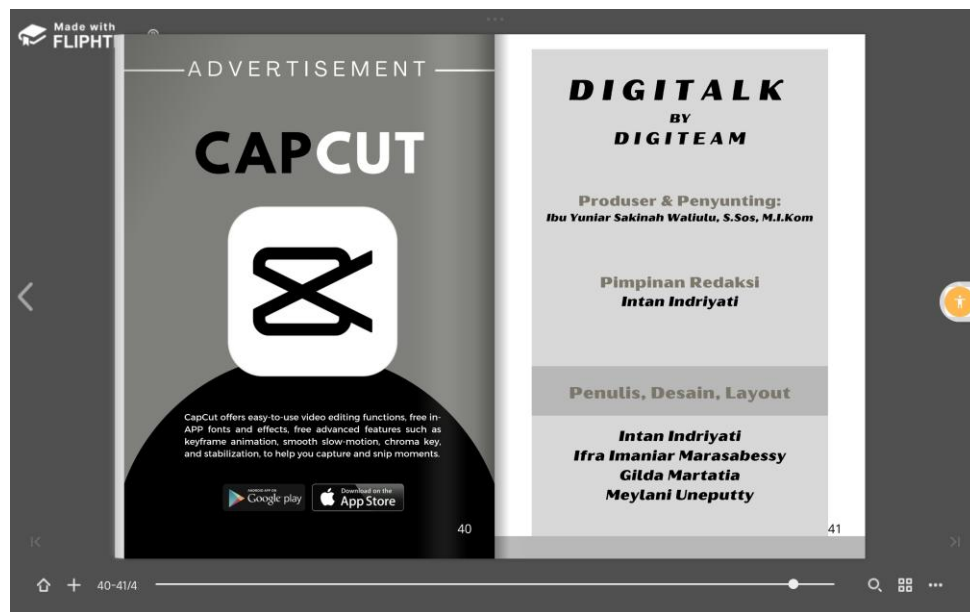
Gambar 2. Tampilan Salahsatu Tulisan Jenis Biografi di Majalah Digitalk



Gambar 3. Tampilan Salahsatu Tulisan Jenis Tips di Majalah Digitalk



Gambar 4. Tampilan Salahsatu Tulisan di Majalah Digitalk



Gambar 5. Tampilan Iklan dan Tim Redaksi di Majalah Digitaltalk

Setelah seluruh tahapan selesai, maka majalah siap untuk diubah tampilan agar menjadi majalah online, salahsatu caranya adalah dengan membuatnya menggunakan FLIP HTML5 yang merupakan sebuah aplikasi pembuat flipbook dan platform penerbitan digital. Tujuannya agar majalah Digitaltalk dapat dijangkau dengan mudah oleh pembaca dimanapun dan kapanpun.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) telah dilakukan berupa pembuatan majalah online, pembuatan majalah online atau e-magazine ini dilakukan untuk menjadi sumber informasi seputar dunia content creator dan pemanfaatan teknologi dan media sosial di era digital.

Kegiatan diawali dengan tahap pra produksi yang termasuk di dalamnya dilakukan observasi awal untuk melihat permasalahan yang ada di masyarakat sehingga pada akhirnya kehadiran majalah online Digitaltalk ini dapat bermanfaat. Setelah itu memasuki tahap produksi di mana pada tahap ini dilakukan penulisan beberapa artikel yang topiknya telah ditentukan pada tahap sebelumnya. Setelah itu, maka selanjutnya adalah tahap pasca produksi, pada tahap ini setelah semua artikel telah siap maka akan dilakukan penyuntingan yang dilanjutkan lagi pada tahap layouting dan desain majalah secara keseluruhan. Majalah yang telah siap kemudian dibuat dalam versi digital dalam format flipbook dan dibagikan untuk dipromosikan di media sosial.

Lebih lanjut, dari hasil testimoni sebagai respon dari beberapa pembaca Digitaltalk, mereka sangat mengharapkan kehadiran majalah online seperti ini lebih banyak dan lebih sering lagi kedepannya, dan dengan membagikan berbagai informasi yang terbaru. Diharapkan kegiatan pembuatan majalah online (e-magazine) seperti ini dapat dilakukan, karena selain dapat menjadi alternatif sumber informasi dan bacaan menarik bagi masyarakat, namun juga dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan kemampuan menulis dan dapat membaca fenomena yang ada di masyarakat dengan lebih kritis lagi.

Diharapkan dalam pembuatannya majalah online kedepannya dapat bekerjasama dengan instansi Pemerintahan dan pihak swasta dalam ketersediaan informasi dan promosi majalah online kepada masyarakat yang lebih luas lagi.

SARAN

Tim Pengabdian Kepada Masyarakat berharap pembuatan majalah online (*e-magazine*) seperti ini bisa lebih diproduksi lagi dengan edisi yang mengangkat topik beragam, agar khalayak atau pembaca memiliki pilihan bacaan yang beragam dengan topik terkini dan mudah diakses

dimanapun dan kapanpun. Selain itu, dapat meningkatkan daya produktivitas dan kreatifitas serta daya kritis mahasiswa dalam menyusun sebuah bacaan yang memiliki manfaat bagi pembaca.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh tim redaksi yang telah bekerjasama dengan baik demi mewujudkan e-magazine ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Devito, J. A. 2016. *The Interpersonal Communication Book*. Dalam J. A. DeVito, Elements of Interpersonal Communication (14th ed.). United States of America.
- Juliana, R., Juliani, R., Husna, A., Fahrimal, Y., & Husna, C. A. (2022). Pelatihan Penulisan Kreatif Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Teuku Umar. *Meuseuraya-Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 11-22.
- Julianto V, Suprianto A, Prastyaningsih Y, Yuliyanti W. Pelatihan Pembuatan Dan Pengelolaan Website Sekolah Sebagai Media Informasi Untuk Operator Sekolah Se-Kecamatan Batu Ampar. *JWL [Internet]*. 2021Jul.31 [cited 2025May16];1(2):62-7. Available from: <https://www.jurnalwidyalaksmi.com/index.php/jwl/article/view/14>
- Nayla, A. (2018). Peningkatan Kemampuan Menulis Kreatif Dengan Strategi Analisis Model Dan Strategi Kerja Berpasangan Bermuatan Konteks Sosial Pada Mata Kuliah Pembelajaran Menulis Mahasiswa Angkatan 2016/2017 Universitas PGRI Semarang. *Teks: Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 3(1), 11-17. doi:<https://doi.org/10.26877/teks.v3i1.2780>
- Putri, N. S., & Oktavianti, R. (2023). Strategi kreatif pembuatan konten di majalah online anak muda. *Prologia*, 7(2), 294-303.
- Rumra, Fatmawaty., Waliulu, Yuniar Sakinah., Roedyati, Joevi., Dharaoh, Rakhma Widya., & Rachmaria, Laksmi. *Teori Komunikasi*. Hei Publishing Indonesia, Padang.
- Waliulu, Y. S., & Rumra, F. (2024). Cerdas Literasi Dengan Memanfaatkan Informasi Digital Secara Etis Bagi Masyarakat Negeri Kaitetu. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 3(02), 430-436.
- Waliulu, Yuniar Sakinah., Naryanti, Indah., Seneru, Wistina., dkk. 2024. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, Batam.