

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Teknologi informasi di era globalisasi berkembang sangat pesat di dalam kehidupan masyarakat (Pratma, 2020:66). Berkat *internet*, segala kebutuhan manusia dapat dipenuhi seperti kebutuhan bersosialisasi, mengakses informasi dan kebutuhan hiburan seperti media sosial meliputi *twitter*, *Instagram* dan *whatsapp* (Pratama, 2020:66). Data Departemen Komunikasi dan Informasi tahun 2013 menunjukkan 95% orang Indonesia menggunakan internet untuk mengakses media sosial dan pengguna paling banyak adalah remaja usia 10-14 (remaja awal) tahun dan 15- 20 tahun (remaja akhir) (Pratama, 2020:66).

Media sosial paling banyak digunakan oleh masyarakat adalah *Instagram*. *Instagram* populer di dunia dengan pengguna aktif lebih dari satu miliar per bulan. Berdasarkan penelitian (*We Are Social* 2020), *Instagram* merupakan *platform visual* terbesar saat ini. *Instagram* menjadi tempat untuk menyampaikan pesan melalui foto dan video yang kreatif. Pengguna bisa mengambil foto dan/atau video, mengeditnya dengan berbagai *tools* dan *filter*, lalu mengunggahnya sekaligus di sosial media terpopuler ini. *Instagram* juga memiliki fitur yang mudah digunakan untuk menangkap momen dalam video singkat (Saputra, 2019:207). Berbicara mengenai soal kesehatan, tentunya bukan hanya kesehatan fisik yang perlu diperhatikan, namun kesehatan mental juga. Pada di era saat ini, banyak orang yang mengalami gangguan kesehatan mental, yang kemudian

berujung pada tindakan bunuh diri. Faktanya, tingkat depresi atau stres justru lebih banyak dirasakan oleh anak remaja. Sehingga, tidak jarang dan tidak sedikit seseorang dapat berujung dengan bunuh diri (theasianparent, 2021). Kesehatan mental atau kejiwaan merupakan organ vital bagi manusia yang sama halnya seperti kesehatan fisik atau tubuh pada umumnya yang kita miliki, serta dengan adanya kesehatan mental atau kejiwaan pada seseorang, maka aspek kehidupan yang lain dalam diri seseorang mampu bekerja lebih secara maksimal (Putri, 2015:252).

Berdasarkan data Riset Kesehatan Dasar (Riskedas), menunjukkan adanya populasi gangguan jiwa berat di nasional sebesar 1,7 per mil, yang bisa digambarkan hampir sama dengan satu sampai dua orang dari 1000 penduduk Indonesia mengalami gangguan jiwa (Ugm, 2015). Populasi penduduk yang mengalami gangguan mental emosional secara nasional pada tahun 2013 sebesar enam persen (37.728 orang dari subjek yang dianalisis). Angka bunuh diri di Indonesia juga terus meningkat hingga mencapai 1,6 - 1,8 tiap 100.000 penduduk. Adapun kejadian bunuh diri tertinggi berada pada kelompok usia remaja dan dewasa muda (15 – 24 tahun). Fenomena bunuh diri di Indonesia meningkat pada kelompok masyarakat yang rentan terhadap sumber tekanan psikososial yaitu pengungsi, remaja, dan masyarakat sosial ekonomi rendah (Ugm, 2015).

Jenis gangguan kesehatan mental yang dialami oleh remaja memiliki beragam, seperti gangguan kecemasan, gangguan makan, depresi, ADHD (*Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder*), dan gangguan bipolar (idntimes, 2020).

Dari berbagai penyebab gangguan kesehatan mental, berikut ini adalah beberapa contoh dari gangguan yang paling umum, yaitu meliputi, stres berat untuk waktu yang lama, trauma signifikan seperti pertempuran militer, kecelakaan serius atau kejahatan dan kekerasan yang pernah dialami, Kekerasan dalam rumah tangga atau pelecehan lainnya, kekerasan pada anak, faktor genetik, kelainan otak, cedera kepala, isolasi sosial atau kesepian, pengangguran atau kehilangan pekerjaan Anda, kerugian sosial, kemiskinan atau utang, mengalami diskriminasi dan stigma (dosensikologi, 2019)

Kesehatan sangat penting untuk manusia. Sehat tidak hanya sehat secara fisik namun, juga sehat secara mental. Kesehatan jiwa merupakan ilmu dalam menyesuaikan diri yang bertujuan untuk mencapai integritas, penerimaan terhadap diri dan penerimaan orang lain terhadapnya, yang semuanya itu membawa kepada rasa bahagia dan kelegaan jiwa (Rahayu, 2019:69). Kesehatan jiwa atau yang saat ini dikenal dengan kesehatan mental (*mental health*).

Peneliti melihat adanya isu sosial ini, penting adanya pemberian konten-konten yang mengedukasi terkait tentang *mental health*. Untuk itu dengan menjalankan program Kerja Pratik (KP) ini, dengan tema *mental health* ini menjadi acuan kami dalam mengembangkan dan memproduksi sebuah konten melalui *microblog* yang diunggah melalui platform *instagram*. Target *audiens* yang akan kami publikasikan adalah remaja akhir yang berusia lima belas tahun sampai dua puluh tahun (Pratama, 2020:66). Pentingnya kesadaran mengenai penggunaan media sosial *Instagram* terutama dikalangan remaja akhir, guna

mengurangi fenomena gangguan kesehatan mental pada kalangan remaja. Dengan adanya *microblog* ini kiranya kami akan membuat sebuah informasi singkat melalui Instagram yang berupa gambar dan teks agar menarik perhatian dan audiens supaya audiens tidak merasa bosan ketika melihat konten kami ini. Nantinya *microblog* tersebut akan kami unggah ke media sosial berbasis platform *Instagram*. Kalangan remaja diusia sekitar lima belas tahun hingga dua puluh tahun telah memiliki yang namanya sosial media. media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari, media sosial tentunya memiliki dampak positif dan negatif bagi kalangan remaja. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial adalah sebagai sebuah kelompok aplikasi yang berbasis *internet* dengan dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0*, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Haryanto, 2015:85).

Content Creator merupakan aktifitas penyebaran informasi atau pesan melalui media yang berisikan gambar, video, dan tulisan yang disebut sebagai konten salah satunya media yang digunakan adalah media sosial instagram (Sundawa, 2018:438-439). Seiring berjalannya waktu, kini content creator perlu memiliki keahlian khusus. Terlebih lagi, kini para pengguna instagram sudah menjadikan instagram sebagai ladang berbisnis, pembentukan product branding (Sundawa, 2018:438-439). Tugas dari content creator sendiri mengumpulkan ide, data, dan melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten. Menghasilkan konten yang sesuai dengan identitas dan branding yang diinginkan. Berusaha memenuhi tujuan yang disepakati dari sebuah konten.

Misalnya, tujuan promosi, edukasi, menghibur atau memberi informasi. Kemudian menyesuaikan konten dengan platform yang dipilih. Dalam hal ini, seorang content creator bisa menghasilkan karya untuk multi-platform. Dan mengevaluasi konten yang telah ditayangkan (Sundawa, 2018:438-439).

Pelaksanaan kerja praktik ini terdapat dua *job description* sebagai *content creator*. Kedua jobdesc tersebut adalah *Content Creator* dan *Content Writer*. Elemen ini yang dibutuhkan dalam proses produksi *microblog* ini. Peranan *Content Creator* yang dapat menjadi salah satu elemen pendukung bagi kelancaran pra-produksi dan post-produksi suatu konten.

I.2. Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik ini adalah Produksi (Content Creator) *Microblog* dengan tema “*Mental Health*” pada Instagram @Metimeee.id.

I.3. Tujuan Kerja Praktik

Tujuan dari kerja praktik ini adalah untuk mengetahui bagaimana dan apa saja yang dibutuhkan pada tahap produksi *Microblog* dengan tema “*Mental Health*”.

I.4. Manfaat Kerja Praktik

I.4.1. Bagi Mahasiswa

a. Meningkatkan keterampilan peserta kerja praktik dalam proses pra maupun pasca produksi *Microblog* serta men-design konten Instagram @metimee.id yang bertema “*Mental Health*”.

- b. Menyelesaikan tanggung jawab peserta kerja praktik dalam memproduksi Microblog dan konten edukasi dengan tema “*Mental Health*”.
- c. Menambah wawasan terkait tugas sebagai Editor Produksi, dan Content Creator.

I.4.2. Bagi Fakultas Ilmu Komunikasi

Menambah suatu kajian kerja praktik karena Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya baru pertama kali menyelenggarakan kerja praktik dengan metode project.

I.5. Tinjauan Kepustakaan

I.5.1 *Microblog* dan Tahapan Produksi

Konten *microblog* menjadikan sebuah peluang untuk para pengembangan konten di Tanah Air yaitu Indonesia. Pengertian *microblog* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktifitas serta atau pendapatnya (Setiadi, 2012:3).

Sebuah survey dari Contently menyatakan bahwa 75% orang lebih suka membaca tulisan dibawah 1.000 kata. Juga penelitian dari NNGroup yang menyatakan bahwa pengguna hanya membaca 20% rata-rata dari keseluruhan konten yang ditampilkan. Jika melihat data ini, tentu micro blogging sangat diperlukan mengingat minat baca seseorang masih sangat rendah. Apalagi 52,2% traffic website datang dari perangkat seluler. Dan micro blogging merupakan cara yang tepat untuk menyajikan konten-konten yang ramah seluler

(Banghendry.com). Dari beberapa faktor itulah micro blogging sangat diperlukan untuk memenuhi konsumsi konten yang semakin berkembang saat ini.

Terdapat beberapa unsur penting yang harus diperhatikan dalam menciptakan suatu produk *microblog* yaitu buat profile yang jelas, melihat referensi microblog yang sudah ada, memilih topik yang tepat, gambar yang menarik, caption yang unik, dan font tulisan yang jelas (Umimarfa.id, 2020). Dalam memproduksi sebuah konten, tentunya juga terdapat beberapa langkah yang harus dilalui guna kelancaran eksekusinya. Langkah-langkah tersebut diantara lain yaitu:

a. *Pre – Production Planning* (Pra – Produksi)

Tahapan ini biasa disebut sebagai tahap perencanaan dalam membuat suatu *prjocet* atau konten. *Pre – Production Planning* terdiri penemuan ide, perencanaan, dan persiapan. Kunci keberhasilan dalam pembuatan sebuah konten sangat ditentukan oleh baiknya tahap penemuan ide, perencanaan maupun persiapan pembuatan konten

b. *Production* (Pelaksanaan Produksi)

Tahapan produksi ini seluruh divisi harus bekerjasama untuk mewujudkan apa yang sudah direncanakan dan dipersiapkan dari awal diskusi. Dari segi tahap pengeditan isi konten hingga tahap editing sehingga siap ditayangkan. Sesudah penemuan ide, perencanaan, dan persiapan, pelaksanaan produksi siap dimulai.

c. *Post – Production* (Pasca Produksi)

Pasca produksi ialah sebuah tahap selanjutnya atau biasa dikatakan tahap akhir, setelah gagasan ide ditemukan, direncanakan dan akan disiapkan secara matang, serta diproduksi atau diliput dan ditulis dalam bentuk isi konten yang sudah siap. Tahapan ini meliputi proses mencari elemen yang sesuai dengan isi konten. Tahap pasca produksi atau *Post – Production* merupakan tahap penyelesaian atau penyempurnaan (editing) dari sebuah proses produksi. Tahapan penyelesaian dari *Post – Production* ini meliputi:

1. Editing gambar feed Intagram (Microblog).

2. Melakukan evaluasi terhadap hasil produksi. Di dalam preview atau evaluasi ini dapat saja produksi tadi dinyatakan layak siar, tapi dapat pula masih harus dilakukan perbaikan misalnya masalah ilustrasi, gambar pendukung, *editing* gambar, dan lain sebagainya.

1.5.2. Peran Content Creator dalam Pembuatan Microblog

Content Creator merupakan aktifitas penyebaran informasi atau pesan melalui media yang berisikan gambar, video, dan tulisan yang disebut sebagai konten (Sundawa, 2018:438-439). Jobdesc dari content creator sendiri adalah menemukan ide, melakukan riset, dan membentuk konsep untuk menghasilkan suatu konten. Menurut Java (2007, p.1) microblogging merupakan fenomena yang relatif baru dan didefinisikan sebagai “sebuah bentuk blogging yang membuat pengguna menulis update teks (biasanya kurang dari 200 karakter) mengenai kehidupan yang berjalan dan mengirimkan pesan kepada teman atau relasi yang dikehendaki via pesan teks, instant messaging (IM), email atau web.

Microblogging dapat digunakan lewat beberapa layanan di media sosial. Dalam hal ini peran *Content Creator* adalah membuat desain microblog yang menarik

I.5.3. Media Sosial sebagai Media Publikasi

Setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni media jejaring sosial, jurnal online(blog), jurnal online sederhana (*microblogging*), media *sharing*, penanda sosial, dan media konten bersama atau wiki (Setiadi, 2012:2-3). Perkembangan media massa yang didukung oleh teknologi menyebabkan imbas yang akhirnya melahirkan jaringan baru, yaitu media sosial. Karakteristik umum yang dimiliki setiap media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna. Sosial media dapat diubah oleh waktu dan diatur ulang oleh penciptanya, atau dalam beberapa situs tertentu, dapat diubah oleh suatu komunitas. Selain itu sosial media juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi (Mahanani, 2014:61).

Media sosial biasanya juga disebut sebagai jejaring sosial yang merupakan media untuk membagikan konten, juga media yang menyediakan ruang guna berinteraksi dalam jejaring sosial di ruang siber (Setiadi, 2012:16). Dalam kepentingan kerja praktik ini, media sosial berfungsi sebagai media yang berguna mengunggah konten yang akan kami produksi. Konten *microblog* yang bertajuk “*Mental Health*” ini nantinya akan diunggah ke akun *Instagram* yang kami buat.