

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Dalam era digital ini, penyampaian berita serta konten-konten tak lepas dari penggunaan media digital, seperti media sosial (Instagram, TikTok, dll). Instagram menjadi salah satu yang efektif karena menampilkan visual serta ukuran feed yang menarik dan ringkas untuk dibaca khalayak. Instagram memiliki jumlah pengguna yang sangat besar dan mudah diakses melalui berbagai perangkat, sehingga menjadi media strategis bagi berbagai organisasi, termasuk radio seperti EBS FM, untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan para pendengar serta pengguna aktif media sosial.

Sebagai salah satu radio yang memiliki target audiens anak muda, EBS FM memanfaatkan Instagram untuk membagikan konten yang relevan dengan minat audiensnya, khususnya dalam genre K-POP (*Korean Pop*). Proses pembuatan konten di Instagram @ebsfm dimulai dari pemilihan topik yang tepat agar dapat menarik perhatian dan membuat audiens merasa terhubung dengan konten yang disajikan. Selanjutnya, topik tersebut direalisasikan menjadi konten visual yang menarik dengan elemen-elemen seperti desain, font, dan aset digital yang khas, diikuti dengan *quality control* untuk memastikan kelayakan dan keakuratan konten yang disajikan.

Selain Instagram, EBS FM juga memanfaatkan platform media sosial yang lain seperti TikTok sebagai bagian dari strategi digital marketing mereka. TikTok digunakan untuk menyajikan konten video berdurasi pendek yang bersifat hiburan dan mengikuti tren yang sedang populer. Kehadiran TikTok menunjukkan bahwa EBS FM berupaya menyesuaikan diri dengan perkembangan platform digital yang digemari oleh audiens muda.

Namun, dalam pelaksanaan kerja praktik ini, penulis memilih untuk lebih memfokuskan pengamatan dan keterlibatan pada platform Instagram. Pemilihan Instagram didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, Instagram merupakan platform utama EBS FM dalam menyampaikan informasi yang bersifat informatif dan promosi, seperti pengumuman program siaran, konten musik, serta informasi seputar dunia hiburan, termasuk K-POP. Kedua, karakter konten Instagram yang menggabungkan visual dan teks memungkinkan penyampaian pesan yang lebih terstruktur dan jelas dibandingkan TikTok yang lebih menitikberatkan pada aspek hiburan dan tren video.

Selain itu, Instagram memiliki fitur *feed* dan *story* yang memudahkan proses perencanaan dan durasi konten secara konsisten. Melalui Instagram, penulis dapat mengamati secara langsung proses kerja perancangan konten mulai dari penentuan topik, perancangan visual, penulisan caption, hingga tahap quality control sebelum konten dipublikasikan. Hal ini memberikan ruang observasi yang lebih mendalam terhadap alur kerja produksi konten dibandingkan dengan TikTok yang cenderung bersifat spontan dan cepat.

Pertimbangan lainnya adalah konsistensi identitas visual. Instagram @ebsfm menampilkan gaya visual dan tata letak konten yang lebih stabil dan terorganisir, sehingga memudahkan penulis dalam menganalisis peran content creator dalam menjaga identitas media. Oleh karena itu, meskipun TikTok juga menjadi bagian dari strategi digital EBS FM, Instagram dipilih sebagai fokus utama dalam laporan kerja praktik ini karena lebih relevan dengan tujuan pengamatan dan pembahasan yang ingin dicapai.

Konsistensi konten pada Instagram menjadi hal yang penting karena platform ini menekankan tampilan visual sebagai identitas utama sebuah akun. Konsistensi tidak hanya berkaitan dengan frekuensi unggahan, tetapi juga mencakup keseragaman gaya visual, *tone* pesan, serta karakter konten yang ditampilkan. Melalui konsistensi tersebut, audiens dapat

lebih mudah mengenali identitas sebuah media dan membedakannya dari akun lain yang memiliki konten serupa.

Bagi media seperti EBS FM, konsistensi konten di Instagram berperan dalam membangun citra dan kredibilitas sebagai sumber informasi hiburan yang relevan bagi audiens muda. Tampilan feed yang rapi, penggunaan warna dan font yang seragam, serta gaya penyampaian pesan yang konsisten membantu menciptakan kesan profesional dan terkelola dengan baik. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan audiens terhadap konten yang dibagikan, sehingga audiens lebih tertarik untuk mengikuti dan berinteraksi dengan akun tersebut.

*Content writer* merupakan kegiatan merancang sebuah informasi yang nantinya akan ditransmisikan kedalam sebuah gambar, video dan tulisan atau disebut sebagai konten. Lalu konten tersebut disebarluaskan. Melalui berbagai platform dan salah satunya adalah media sosial Instagram (Yanny, 2024).

Peran *content writer* dan editor tidak hanya merancang dan memproduksi konten-konten *hype* semata, namun perlu menekankan mengenai pesan yang disampaikan agar benar-benar relevan dan dikemas dengan materi dan visual yang menarik.

Media *online* dipastikan menjadi sarana utama dalam penyampaian pesan digital di masa sekarang, karena media online menawarkan kecepatan dan keefektifan dalam mengakses dan mengunggah berbagai macam informasi. Peran *content creator* juga penting dalam memproduksi konten yang terverifikasi akurat dan bebas dari *hoax*, sehingga media dapat terverifikasi kredibel oleh masyarakat.

## 1.2 Bidang Kerja Praktik

Konsentrasi bidang kerja praktik penulis adalah komunikasi media, tepatnya pada bidang produksi konten audio visual dan juga *content creator* yang akan mengolah konten pada story Instagram (@ebsfm).

### 1.3 Tujuan Kerja Praktik

- Mengetahui dan memahami secara langsung proses kerja seorang content creator dan audio editor dalam merancang, membuat, dan mengelola konten di Instagram @ebsfm, mulai dari tahap perencanaan ide hingga publikasi konten
- Mempelajari bagaimana content creator mengembangkan konsep, strategi, serta kreativitas dalam pembuatan konten agar sesuai dengan kebutuhan audiens dan citra akun Instagram @ebsfm.
- Mengidentifikasi peran dan tanggung jawab content creator dalam meningkatkan *engagement, brand awareness*, serta efektivitas komunikasi melalui konten yang dipublikasikan di Instagram.
- Mengaplikasikan teori-teori yang telah didapatkan selama berada di perkuliahan ke dalam praktik nyata di dunia kerja, khususnya dalam bidang *content creation* dan *social media management*.

### 1.4 Manfaat Kerja Praktik

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi terutama dalam bidang media komunikasi, khususnya dalam memahami peran content creator dalam pembuatan konten di platform Instagram sebagai media sosial yang strategis untuk *branding* dan promosi.

#### 1.4.2 Manfaat Kerja Praktik

Membantu pihak Instagram @ebsfm dalam meningkatkan kualitas dan konsistensi konten melalui pemahaman lebih baik mengenai proses kreatif *content* dan audio editor, sehingga dapat menarik lebih banyak audiens dan meningkatkan *engagement* akun.

## 1.5 Tinjauan Pustaka

### 1.5.1 Content Writer

*Content writer* adalah seorang perancang materi di media sosial yang memberikan informasi yang dapat menginspirasi, menghibur, dan memberikan informasi kepada khalayak dan target audiens (Lukman & Sriwati, 2023). Profesi ini tidak hanya sekadar merancang konten hiburan semata, namun juga melibatkan proses runtut mulai dari pengumpulan ide, riset data agar konten yang dihasilkan sesuai fakta dan kredibel, penulisan naskah, produksi, editing, hingga tahap publikasi dan analisis performa konten.

Seorang *content writer* diwajibkan memiliki pengetahuan minimal mengenai teknik produksi media, komunikasi, desain, serta kemampuan *multitasking* dan kolaborasi untuk menghasilkan konten yang sesuai dengan identitas *brand* dan kebutuhan audiens.

### 1.5.2 Audio Editor (Zetta)

Dalam proses produksi siaran, editor diperlukan untuk mengolah audio, *sound effect*, seperti *voice over*, musik latar, serta *jingle* dari sebuah radio, sehingga benar-benar layak untuk disiarkan. Peran editor tidak hanya terkait mengatur keseimbangan suara atau memotong bagian yang tidak diperlukan, tetapi juga menciptakan kesinambungan atmosfer dan karakter siaran yang sesuai dengan ciri khas stasiun radio tersebut.

### 1.5.3 Instagram

Instagram merupakan salah satu *platform* media sosial yang populer digunakan oleh *content creator* untuk mengunggah hasil konten berupa foto, video, dan story yang bersifat visual dan interaktif. Instagram menawarkan berbagai fitur yang mendukung kreativitas *content creator*, seperti *feed*, *reels*, *story*, dan *IGTV*, yang memungkinkan

penyampaian pesan yang interaktif dan efektif kepada audiens. Platform ini menjadi media strategis dalam membangun *brand awareness*, *engagement*, dan komunikasi pemasaran digital karena kemampuannya menjangkau pasar yang luas dan beragam. *content creator* di Instagram harus mampu membuat konten yang relevan, konsisten, dan sesuai dengan karakteristik pengguna platform ini agar dapat meningkatkan interaksi dan mencapai tujuan pemasaran. (Rizky & Putri, 2023).