

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini peran internet bukan hanya sebagai sarana mencari informasi, tapi juga mempunyai potensi besar sebagai media pemasaran. Pemasaran dengan memanfaatkan media internet disebut internet marketing atau electronic marketing (e-marketing). Salah satu media atau aplikasi pendukung kegiatan e-marketing yang sedang terus berkembang adalah media sosial Instagram, sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital atau pemberian efek pada foto, dan membagikannya. Dengan media sosial yang tersedia bagi jutaan orang di seluruh dunia, perusahaan dapat berinteraksi dengan pelanggan dari berbagai negara dan sebaliknya.

Pada era digital saat ini juga, kita tengah dihadapi dengan segala perkembangan trend serta update yang terjadi di dunia digital. Hal ini sangat berhubungan dengan kebutuhan manusia akan informasi dan teknologi. Guna melengkapi kebutuhannya, manusia menggunakan berbagai cara dan media. Tak terlepas juga dengan perkembangan media komunikasi yang semakin signifikan dengan kecanggihan teknologi di seluruh dunia. Media digital memiliki keunggulan dalam peyampaian pesan yang dapat dikirim dengan kapasitas data yang cukup besar dan media penyimpanannya yang tidak terbatas karena menggunakan jaringan internet.

Perkembangan teknologi dan internet yang sangat pesat ini yang telah membantu masyarakat dalam mendapatkan dan menyampaikan informasi. Jangkauan dari media komunikasi digital ini memang bisa secara luas menjangkau khalayaknya.

Tingginya penggunaan media sosial di Indonesia juga menciptakan peluang dalam hal strategi perusahaan. Jika sebelumnya, iklan di media massa menjadi media yang paling digemari untuk alat promosi perusahaan. Belakangan ini, sudah banyak juga perusahaan yang memanfaatkan media sosial sebagai cara mereka menjalin komunikasi dengan para khalayaknya. Media sosial bisa menjadi sarana untuk memudahkan interaksi dengan kemudahan seperti penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah. Media sosial merupakan perkembangan teknologi berbasis internet yang memungkinkan penggunanya berinteraksi secara langsung dalam beberapa bentuk (Zarella, 2010:2-3).

Media sosial menurut Philip Kotler dan Kevin Keller (Kotler, 2012:568), merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Peran media sosial semakin diakui dalam mendongkrak kinerja bisnis. Media sosial memungkinkan bisnis dapat mengubah cara berkomunikasi dengan pelanggan, memasarkan produk dan jasa serta saling berinteraksi dengan pelanggan yang bertujuan untuk membangun hubungan yang baik (Kotler, 2010:268).

Menambahkan penjelasan diatas, media sosial juga merupakan sarana yang sangat tepat untuk pemasaran. Segala kemudahan mengakses ke berbagai penjuru

tempat hanya dengan melalui berbagai jenis gadget memudahkan pemasar untuk berkomunikasi dan lebih dekat dengan konsumen. Segala kenyamanan yang bisa didapatkan melalui media sosial inilah yang memicu perkembangan pesat pemakaiannya (Danis, 2011:23).

Salah satu jenis media sosial populer yang mendukung dalam mengunggah dan berbagi gambar adalah instagram. Sebagai media sosial dengan bentuk jejaring sosial berbagi foto/video, instagram juga digunakan oleh perusahaan sebagai media informasi untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya. Terlebih bagi perusahaan yang memiliki customer sebagai pengguna aktif instagram yang selalu mengikuti update dari postingan instagram perusahaan. Seperti pada jenis perusahaan pusat perbelanjaan atau lebih sering dikenal dengan sebutan mall. Di mana customer sebuah mal biasanya memiliki karakteristik untuk mencari tahu segala informasi terkait dengan mall yang ia ingin kunjungi melalui media sosial milik mal tersebut, yaitu instagram karena dinilai lebih sering update informasi baik berupa informasi kegiatan/acara yang akan berlangsung, promo belanja, fasilitas, dan lain sebagainya. Pengunjung mal yang tersebar di beberapa titik baik itu di wilayah lokasi tempat mal tersebut maupun wilayah terdekat sekitarnya memerlukan informasi-informasi yang tentunya berkualitas agar dapat menjawab kebutuhannya sehingga ia menjadi tahu akan hal yang ia ingin cari ataupun ketahui sebelumnya.

Keunggulan lainnya media sosial Instagram sebagai media informasi yang dapat digunakan oleh perusahaan ialah pada instagram juga bisa dihubungkan dengan

akun media sosial lainnya sehingga dengan satu kali post di instagram, foto tersebut bisa kita share juga ke akun media sosial lain seperti twitter dan juga facebook. Ditunjang juga dengan penggunaan hastag pada setiap postingan di instagram, layaknya sebuah keyword pada search engine, fungsi dari hashtag pada instagram tidak jauh berbeda dari media sosial twitter, dengan menggunakan hastag pengguna dapat langsung masuk ke topik yang ingin dilihat atau dicari. Hashtag ini tentu akan sangat membantu dalam penyebaran informasi melalui konten yang diposting pada instagram. Dengan mencantumkan hashtag terpopuler pada caption konten yang di upload atau membuat hashtag unik yang hanya dimiliki sebuah konten tertentu. Tepat mecantumkan hashtag akan mempercepat proses penyebaran informasi.

1.2. Bidang Kerja Praktik

Bidang Kerja Praktik adalah bidang Pembuatan Konten Kreatif Instagram dalam Wirausaha Production House “YANTRA Creative & Visual”

1.3. Tujuan Kerja Praktik

1.3.1 Tujuan Umum

Mahasiswa mampu menerapkan teori yang telah diperoleh dan dipelajari selama perkuliahan serta mendapatkan pengalaman terkait di lingkungan kerja yang nyata dan membuka wawasan mahasiswa terutama mengenai Pembuatan Konten Kreatif Instagram

1.3.2 Tujuan Khusus

Mahasiswa dapat mengetahui bagaimana proses pembuatan konten kreatif instagram yang berfokus pada *social media* Instagram dalam membangun wirausaha *Production House* Yantra Creative & Visual serta mengetahui penerapan fungsi dan teori tentang *social media management* pada era digital.

1.4. Manfaat Kerja Praktik

Melalui kerja praktik ini, penulis berharap mendapatkan beberapa manfaat seperti :

1.4.1 Manfaat Bagi Wirausaha Yantra Visual & Creative

Kegiatan, proses dan hasil yang didapat kan dari kerja praktik ini dapat menjadi bahan pembelajaran dan evaluasi agar dapat membangun wirausaha *Production House* ini semakin berkembang

1.4.2 Manfaat Akademis

Melalui kerja praktek ini, penulis berharap dapat menjadi pengetahuan tambahan, khususnya mengenai peran dan tugas dalam Pembuatan Konten Kreatif bagi akademisi yang melakukan hal serupa.

1.4.3 Manfaat Penulis

Penulis dapat mengetahui lebih dalam mengenai pekerjaan sebagai pembuatan konten kreatif instagram dalam wirausaha *Production House*, serta dapat bermanfaat

untuk membuat *Production House* Yantra Creative & Visual menjadi semakin berkembang dari pengalaman yang didapatkan oleh penulis.

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Konten Kreatif

Pengertian konten dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah content atau diartikan sebagai isi, merupakan struktur dan desain dari informasi yang terdapat pada halaman situs.¹⁴ Konten (dalam bahasa Inggris: content) adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Sedangkan konten media merupakan berbagai bentuk konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum, gambar digital, video, file audio, iklan hingga berbagai bentuk konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan dari para pengguna sistem atau layanan online yang seringkali dilakukan lewat sebuah situs media online. Maka istilah konten ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah media (Angesti,2018:25)

Konten Kreatif adalah informasi yang berisi hal-hal yang diciptakan dengan menggunakan berbagai macam pendekatan baik yang belum pernah ada sebelumnya atau hal lama namun dikemas lagi mengikuti perkembangan sekarang (Widasari,2017:4)

Konten kreatif adalah bentuk sajian informasi yang di dalamnya dapat berupa hiburan, berita atau informasi lain yang disajikan secara orisinal melalui media baru. Konten kreatif dapat berupa artikel, video, audio maupun multimedia yang diunggah di Internet.

1.5.2. Jenis Konten Kreatif Instagram

Dalam membuat suatu konten yang kreatif sangat diperlukan wawasan yang sangat luas, karena dalam membuat sesuatu yang kreatif harus bisa mengikuti perkembangan zaman dan mengetahui minat dari masyarakat. Konten kreatif yang disajikan dalam media sosial juga harus dalam bentuk yang menarik, mudah dimengerti dan sesuai dengan perkembangan zaman. Konten kreatif juga memiliki jenis-jenis di antara lain :

a. Konten Foto

Pada konten foto yang dimuat dalam media sosial Instagram berisi tentang hal yang ingin disampaikan melalui sebuah foto. Seperti ketika ingin memasarkan suatu produk dan jasa, dengan menggunakan foto masyarakat dapat mengetahui apa yang ingin disampaikan lewat sebuah foto.

b. Konten Video

Selain konten foto, konten video juga dapat menjadi pilihan yang tepat ketika ingin menginformasikan sesuatu kepada masyarakat karena dengan video, informasi yang disampaikan akan lebih jelas.

c. Konten Infografis

Secara teknis, infografis adalah visual yang sangat cocok untuk diposting ke Instagram. Saat ini banyak sekali brand yang menggunakan jenis konten ini baik di feed maupun melalui Stories. Infografis sejatinya adalah jenis konten yang sangat baik karena bersifat informatif sehingga sangat tepat digunakan untuk mengedukasi para pengikut di media sosial karena lebih mudah dicerna dan lebih menarik daripada tulisan “datar” di bagian caption.

1.5.3. Instagram

Media digital yang digunakan adalah Instagram. Perkembangan media sosial sekarang digunakan oleh manusia untuk melakukan aktifitas digital dengan membagikan hasil foto/video (Zen et al., 2021). Dengan adanya aktifitas tersebut Instagram sering dijadikan sebagai medium untuk promosi terutama dalam periklanan, sehingga menjadikan Instagram sebagai salah satu platform terbaik untuk marketing. Dengan perkembangan tersebut kepopuleran Instagram mulai naik dan makin menyebarkan aplikasinya. Instagram merupakan salah satu media “album terbuka” dimana semua orang dapat menyaksikannya dan dibuka secara luas. Berbagai kalangan membagikan hasil kreasinya berupa foto/video yang meliputi info berita, teknik fotografi, karya, foto makanan, ataupun produk yang ditawarkan sebagai media promosi sehingga menjadikannya sebagai platform untuk bersaing dengan membuat feed yang menarik.