

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin maju ini memberikan berbagai macam fasilitas kepada seluruh orang yang memanfaatkan dan menggunakan teknologi tersebut. Adanya perkembangan teknologi tersebut dapat dilihat dari proses komunikasi massa yang berlaku seiring berjalannya waktu di kalangan masyarakat. Komunikasi massa menurut Jay Black dan Frederick C. Whitney (1988) merupakan sebuah proses ketika adanya produksi untuk pesan-pesan yang akan disebarkan kepada massa audiens yang luas dan beraneka ragam (Nurudin, 2016, p. 12).

Komunikasi massa berkaitan erat dengan media dan selalu hadir dalam bagian dari kehidupan masyarakat dengan berbagai jenis konten bagi masyarakat modern pada saat ini, baik secara sadar maupun tidak. Media ini bernama media sosial yang akan selalu berkembang, komunikasi yang dilakukan di media sosial tidak terbatas akan jarak, ruang dan waktu. Selain itu, semua pengguna media dapat menikmati konten dan mengisi konten yang ada di media tersebut (Watie, 2011, p. 69).

Kemajuan teknologi yang semakin maju ini akhirnya menciptakan sebuah tren baru yaitu sebuah tren *digital marketing* yang sekarang ini sudah banyak dikenali oleh khalayak luas. Para pelaku *digital marketing* akan menjangkau

audiens yang sesuai dengan target mereka dikarenakan hal ini akan membantu untuk menciptakan promosi yang lebih efektif. *Digital marketing* sendiri didukung oleh internet sebagai sarana utama untuk menjalankan aktivitas tersebut, terbukti juga dari banyaknya pengguna internet sekarang ini yang menunjukkan bahwa *digital marketing* memang dapat menarik perhatian khalayak. *Social media marketing* merupakan salah satu marketing yang sekarang ini banyak dibutuhkan untuk mengembangkan media sosial agar dapat menarik lebih banyak audiens.

Sebuah hasil survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2021 bahwa terdapat 210 juta pengguna internet di Indonesia, di mana jumlah populasi jiwa di Indonesia sendiri tercatat 272 juta. Pada tahun sebelumnya tercatat bahwa populasi jiwa di Indonesia terdapat 264 juta dan pengguna internet sendiri mencapai 196 juta. Sehingga terbukti bahwa pengguna internet di Indonesia semakin berkembang seiring dengan berjalannya waktu.

Hasil dari pengguna internet yang semakin berkembang ini membuat para pelaku *digital marketing* untuk semakin mempromosikan bisnis mereka di internet. Namun, tidak semua platform di internet dapat digunakan dan belum efektif untuk dijadikan promosi bisnis. Salah satu media sosial yang dapat digunakan sebagai *digital marketing* adalah media sosial instagram. Para pemilik usaha menggunakan media sosial instagram untuk melakukan promosi bisnis.

Instagram termasuk dalam kategori 5 besar media *online* yang dipergunakan untuk mempromosikan bisnis (ukmindonesia, 2019). Instagram adalah media sosial

yang sekarang ini digunakan sebagai sarana oleh para pelaku bisnis untuk mempromosikan bisnis mereka, namun masih banyak pelaku bisnis yang belum paham betul mengenai cara membuat, mengatur dan mengaplikasikan konten dan cara untuk memperindah tampilan instagram mereka melalui *feeds* dan *reels*. Khalayak akan lebih mudah untuk tertarik dengan sesuatu yang menarik jika dipandang dari mata, sehingga tampilan instagram itu sangat penting untuk menarik target audiens mereka. Sehingga, untuk membantu hal-hal tersebut dibutuhkan seorang *content creator* dan *graphic designer* untuk membuat tampilan instagram mereka lebih menarik.

Pine Studio hadir untuk mengatasi solusi untuk membuat tampilan instagram menjadi lebih baik dan menarik. Pine Studio menyediakan *content creator*, *graphic designer* dan *photographer* untuk membantu dalam proses pembuatan konten. *Content creator* bertugas untuk membuat, mengatur dan mengaplikasikan ide konten yang akan ditampilkan di instagram para klien nantinya. *Graphic designer* bertugas untuk membuat *design* agar tampilan instagram terlihat lebih menarik dan *photographer* bertugas untuk membantu dalam proses pemotretan. Semua ini ditawarkan oleh Pine Studio dengan harga yang terjangkau dan tentunya dengan hasil yang maksimal. Pine Studio dapat membantu dalam hal konten, *design* untuk *feeds* instagram, *reels* instagram, *instastory*, admin instagram, logo dan *packaging design*.

Pine Studio juga memberikan beberapa edukasi seperti tips-tips berupa social media management untuk para pelaku bisnis yang dapat terbilang baru dalam

dunia *digital marketing*. Hal ini juga dilakukan oleh Pine Studio selain untuk mempromosikan jasa-jasa yang ditawarkan.

Di dunia kerja praktik ini, penulis mengambil peran *content creator*. Dimana *content creator* berperan untuk membuat dan menciptakan konten berupa gambar, video, tulisan, suara dan lainnya. *Content creator* di Pine Studio bertugas untuk membuat ide konten, memngumpulkan konten akan diajukan kepada klien untuk persetujuan, membuat konten dan sampai pada proses untuk mengatur kapan konten tersebut akan disebarluaskan di media sosial.



Gambar I.1.

Contoh hasil konten Pine Studio
Sumber: instagram @pine.studio

Berikut ini merupakan salah satu contoh konten yang dihasilkan oleh Pine Studio dalam bentuk *reels* di instagram. Konten tersebut adalah salah satu contoh konten yang dikerjakan oleh penulis selama kerja praktik di Pine Studio. *Content creator* memiliki peran dalam membuat konten dalam berbagai jenis yaitu dapat dalam bentuk foto yang biasanya diaplikasikan dalam bentuk *feeds* dan instagram

story, ataupun juga video yaitu dalam bentuk *reels* dan dalam bentuk tulisan yang biasanya ada pada *caption* di instagram.

Kegiatan yang dilakukan oleh *content creator* adalah untuk menyebarkan informasi melalui gambar, video, dan tulisan yang disebarakan melalui beberapa platform yang salah satunya adalah melalui media sosial (Sundawa, Trigartanti, 2018, p. 438). Hal ini berkaitan dengan dengan apa yang telah penulis kerjakan pada saat kerja praktik, bahwa konten-konten yang dikerjakan oleh *content creator* nantinya akan diaplikasikan di media sosial dalam hal ini adalah instagram.

I.2. Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang akan diambil adalah bidang komunikasi media lingkup kreatif di media sosial, khususnya menjadi *content creator* pada Pine Studio.

I.3. Tujuan Kerja Praktik

I.3.1. Tujuan Umum

Penulis dapat mengaplikasikan teori-teori yang didapatkan selama perkuliahan dalam dunia kerja praktik.

I.3.2. Tujuan Khusus

1. Penulis mengetahui bagaimana cara membuat konten dari tahap pencarian sampai pada pengaplikasian konten di media sosial instagram.

2. Penulis mengetahui aktivitas menjadi *content creator* dalam media sosial instagram.

I.4. Manfaat Kerja Praktik

Diharapkan dengan mengikuti kerja praktik ini juga dapat meningkatkan kemampuan, menambah pengalaman serta meningkatkan pengetahuan yang berguna dalam dunia pekerjaan nantinya.

I.5. Tinjauan Pustaka

I.5.1. Media Sosial Instagram

Pengertian dari media sosial yang dijelaskan oleh Van Dijk pada tahun 2013 bahwa media sosial merupakan suatu platform media yang fokus bagi penggunanya dan memberikan fasilitas pada penggunanya untuk beraktivitas (Nasrullah, 2017, p. 11). Instagram merupakan platform media sosial yang digunakan untuk mengunggah foto dan video (Enterprise, 2021, p. 2).

Terdapat beberapa fitur di media sosial instagram, antara lain (Rahim et al., 2018, p. 268-269):

1. *Home Page*, merupakan halaman utama untuk melihat postingan terbaru dari pengguna lain yang diikuti.

2. *Comments*, merupakan fitur komentar untuk mengomentari postingan yang ada di instagram.

3. *Explore*, merupakan tampilan postingan yang populer atau paling banyak disukai.

4. *Profile*, merupakan profil pengguna yang dapat diketahui informasi yang dapat dilihat oleh pengguna tersebut atau pengguna lain.

5. *News Feed*, merupakan tampilan sebuah notifikasi pemberitahuan aktivitas yang dilakukan oleh pengguna lain di instagram.

I.5.2. Proses Produksi Konten

Terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan oleh seorang *content creator* ketika memproduksi sebuah konten, yaitu (Maulana & Fatmawati, 2018, p. 62-63):

1. *Pre-Production* (Pra-Produksi): pada tahap perencanaan ini dilakukan sebuah proses penemuan, perencanaan dan persiapan ide konten dilakukan.
2. *Production* (Pelaksanaan Produksi): pada tahap pelaksanaan produksi ini seluruh divisi bekerjasama untuk memproduksi semua ide konten yang sudah direncanakan dan dipersiapkan.

3. *Post-Production* (Pasca Produksi): Pada tahapan ini, konten yang sudah diproduksi sudah selesai di edit. Evaluasi juga dilakukan untuk menentukan apakah konten tersebut sudah layak untuk disebarakan kepada khalayak luas.

I.5.3. Content Creator

Kegiatan yang dilakukan oleh *content creator* adalah untuk menyebarkan informasi melalui gambar, video, dan tulisan yang disebarakan melalui beberapa platform yang salah satunya adalah melalui media sosial (Sundawa, Trigartanti, 2018, p. 438).

Content creator memiliki beberapa tugas yang harus dilakukan, yaitu (Bintang Pagi, 2019):

1. Mengumpulkan ide, data, dan juga melakukan riset serta konsep untuk menghasilkan suatu konten yang ditujukan untuk khalayak.
2. Menghasilkan suatu konten yang dapat menyesuaikan dengan identitas dan *branding* sesuai dengan yang diinginkan.
3. Berusaha memenuhi tujuan yang sudah disetujui untuk sebuah konten. Misalnya sebagai edukasi, promosi, hiburan, informasi.
4. Menyesuaikan konten dengan platform apa yang dipilih. *Content creator* dapat menyajikan karya multi-platform.
5. Melakukan evaluasi terhadap konten yang sudah ditayangkan.