

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan berjalannya perkembangan zaman sekarang, teknologi dan informasi menjadi suatu peran yang sangat penting dalam perkembangan ekonomi baik digital maupun konvensional. Selain itu industri kreatif juga merupakan salah satu peran yang penting untuk perkembangan pemasaran baik secara internal ataupun eksternal dari sebuah perusahaan. Sebagai seorang *creative content* dari suatu perusahaan mampu dituntut untuk dapat memberikan sebuah ide dalam pembuatan konten untuk sebuah perusahaan tersebut. Maka dari itu peran dari seorang *creative content* sangatlah penting dalam mempromosikan dan juga membangun market dari suatu perusahaan tersebut.

Aktivitas dari seorang *creative content* yaitu mampu mengumpulkan ide dalam pembuatan konten dan juga dapat menghasilkan sebuah konten sesuai dengan identitas ataupun *branding* yang diinginkan oleh sebuah perusahaan. Sebuah konten yang dibuat dapat berbentuk informasi, hiburan, promosi, dan juga edukasi. Dalam pembuatan konten-konten tersebut disesuaikan dengan platform yang digunakan seperti *Instagram*, *Tiktok*, maupun sosial media yang dimiliki dari sebuah perusahaan tersebut.

Sebelum melakukan kegiatan kerja praktik dan terjun ke sebuah perusahaan yang dipilih, mahasiswa telah bekal ilmu yang sudah diperoleh pada saat perkuliahan. Ilmu-ilmu yang diperoleh berasal dari tugas-tugas *project* ataupun

materi teori yang telah diberikan oleh para dosen yang mengampu. Dalam kesempatan kali ini, penulis berkesempatan melakukan Kerja Praktik di Widya Mandala Hall. Dalam kesempatan tersebut juga, penulis diberi kepercayaan menjabat sebagai seorang *creative content* yang dimana ditugaskan untuk mempromosikan Widya Mandala Hall di platform yang dimiliki seperti salah satunya *Instagram* dan *Tiktok*. Penulis ditugaskan untuk mempromosikan lewat beberapa ide konten yang sudah diutarakan dan kemudian di terima lalu di *upload* di kedua platform tersebut. Konten yang dibuat berupa recap-an, promosi, kegiatan dan masih banyak lagi.

1.2 Bidang Kerja Praktik

Penulis merupakan mahasiswa aktif Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dari Fakultas Ilmu Komunikasi dengan Program Studi Ilmu Komunikasi. Pada kesempatan ini, penulis melakukan kegiatan Kerja Praktik di Widya Mandala Hall dan mendapat tugas atau jabatan sebagai *creative content*.

1.3 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan dari dilakukannya kegiatan kerja praktik ini yaitu untuk memenuhi beban SKS yang ditempuh sebagai persyaratan akademis, mengasah dan menerapkan ilmu yang sudah didapatkan selama masa perkuliahan, mendapatkan sebuah pengalaman secara langsung mengenai dunia kerja di bidang Ilmu Komunikasi serta dapat mengembangkan ide dan juga relasi.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Mengetahui peran serta tanggung jawab dalam menjabat sebagai *creative content* disebuah perusahaan.
2. Mengetahui aktivitas promosi di Widya Mandala Hall.
3. Memperoleh pengalaman kerja secara tidak langsung dan menjadikan bekal dikala sudah terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya.

1.4.2 Manfaat bagi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Menjalin serta menciptakan hubungan yang baik antara Fakultas Ilmu Komunikasi dengan Widya Mandala Hall.

1.4.3 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Memberikan evaluasi dan masukan serta ide-ide baru dalam mengembangkan dan juga mempromosikan *Widya Mandala Hall*.
2. Membantu menimbulkan relasi yang baik antara Widya Mandala Hall dengan Fakultas Ilmu Komunikasi.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Aktivitas *Content Creator*

Content creator merupakan seseorang yang menyiptakan suatu ide yang kreatif dan juga menarik untuk ditampilkan di suatu sosial media ataupun platform lainnya. Menurut (Maeskina, 2022, p. 21) menyatakan bahwa dalam menyampaikan sebuah pesan pada masyarakat, seorang *creative content* dalam

kontennya harus mampu memunculkan dan mengutamakan visual dari suatu konten yang dibuat karena hal itu merupakan suatu hal yang penting dalam membangun sebuah interaksi kepada masyarakat secara online. Pengaruh dari sebuah aktivitas *creative content* yaitu perbedaan dalam mempromosikan sebuah produk dan tentunya sangat membantu dalam sebuah Perusahaan dalam mempromosikan produk dan juga jasanya. Berikut merupakan alasan pentingan seorang *creative content* dalam memproduksi kontennya:

1. Dapat mempermudah proses suatu kegiatan promosi produk ataupun jasa dari sebuah konten yang dibuat.
2. Dapat memperkenalkan dan mengangkat nama dari Perusahaan terkait.
3. Dapat menyampaikan keinginan dari pemilik Perusahaan melalui konten yang dibuat.
4. Dapat memperkenalkan produk ataupun jasa yang dijual di dalam Perusahaan.

1.5.2 Proses Produksi *Content*

Dalam memproduksi sebuah konten, pastinya ada tahapan-tahapan yang akan di lalui untuk memunculkan konten yang bagus dan disukai banyak orang yang melihat konten tersebut. Menurut (Yoedtadi, 2017, p.160), dalam memproduksi sebuah konten, *creative content* wajib melewati tiga tahapan dibawah ini:

1. Tahapan yang pertama yaitu *pre-production* atau pra-produksi. Tahapan ini merupakan tahapan yang dimana para tim *creative content* melakukan

proses penemuan ide, merencanakan pembuatan konten dan juga persiapan dalam pembuatan konten. Tahapan ini merupakan elemen utama dalam proses pembuatan konten yang harus sudah disiapkan secara matang.

2. Tahapan yang kedua yaitu *production* atau produksi. Dalam tahapan ini, tim *creative content* mengajak rekan divisi lain untuk bekerjasama dalam pembuatan konten yang sudah direncanakan. Dalam tahap ini juga sudah masuk dalam proses *editing*.
3. Tahapan yang terakhir yaitu *post-production* atau pasca produksi. Dalam tahapan ini merupakan proses penyempurnaan dari suatu konten yang sudah dibuat dan harus melewati proses evaluasi apakah layak tayang atau tidak. Setelah dianggap layak tayang, maka dapat di lihat hasil dari konten setelah di *upload* di sosial media ataupun platform lainnya.

1.5.3 Sosial Media

Mulyansyah & Sulistyowati dalam Kaplan & Haenlein, 2021, p. 1098 mengatakan bahwa sosial media merupakan suatu aplikasi yang menggunakan jaringan internet. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2016, p. 426) menyatakan bahwa sosial media merupakan suatu bentuk media yang berbentuk foto, video, teks yang digunakan untuk membagikan informasi secara online kepada Masyarakat.

Dalam kegiatan kerja praktik ini, sosial media yang digunakan untuk aktivitas promosi yaitu sosial media *Instagram* dan *Tiktok*. *Instagram* merupakan suatu sosial media yang memiliki keunggulan yaitu dapat meng-*share* foto maupun video dengan adanya *caption*. Selain itu *Instagram* juga memiliki fasilitas suka, komentar, berbagi dan juga ada *hashtag*. Dari hal tersebut lah *Instagram* menjadi

salah satu aplikasi sosial media yang sangat populer dan sudah banyak juga yang menggunakan.

Selain *Instagram*, sosial media yang digunakan yaitu *Tiktok*. Aplikasi *Tiktok* juga merupakan salah satu sosial media yang sangat populer dikalangan masyarakat jaman sekarang. *Tiktok* merupakan sebuah aplikasi yang dimana dapat meng-*upload* foto maupun video dengan lagu-lagu terkini ditambah dengan *caption* ataupun *hashtag* agar video ataupun foto tersebut bisa masuk di *for you page*. *Tiktok* saat ini termasuk salah satu aplikasi yang sedang *trend*. *Tiktok* dapat meng-*upload* segala video ataupun foto dengan bebas.