

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Era digital saat ini media sosial telah menjadi sarana utama dalam membangun dan mempertahankan citra diri seseorang, baik untuk kepentingan pribadi maupun profesional. Di antara berbagai platform media sosial yang tersedia, Instagram menempati posisi yang signifikan karena mengutamakan komunikasi visual yang mudah dipahami, cepat diakses, dan memiliki daya tarik yang tinggi. Data dari *We Are Social* (Kemp, 2025) mencatat bahwa pengguna Instagram di dunia mencapai lebih dari 7 miliar orang, tentunya hal ini menjadikannya salah satu platform populer di dunia. Jumlah pengguna yang masif ini menjadikan Instagram bukan hanya sebagai media berbagi momen pribadi, tetapi juga arena strategis untuk membangun *personal branding*.

Personal branding dapat dipahami sebagai proses strategis yang dilakukan seseorang untuk membentuk persepsi publik mengenai identitas, kepribadian, nilai, dan kompetensi dirinya. Menurut (Soraya, 2017) *Personal branding* merupakan salah satu jenis kegiatan mengungkapkan aktualisasi diri sehingga dapat membentuk sebuah citra (*image*) atau *branding* sesuai yang diinginkan. Goffman dalam (Amelia & Amin, 2022) menjelaskan bahwa interaksi sosial dapat dipahami seperti seseorang yang tampil di panggung, di mana setiap individu memilih bagaimana dirinya ingin terlihat oleh orang lain. Dengan kata lain ketidakstabilan identitas manusia merupakan bagian dari dinamika yang bersifat mandiri. Identitas

tersebut dapat mengalami perubahan signifikan, bergantung pada kondisi situasional serta pihak yang menjadi lawan interaksi.

Salah satu elemen penting dalam membangun *personal branding* melalui Instagram adalah kualitas konten yang diunggah. Konten tidak hanya terbatas pada aspek visual seperti foto atau video, tetapi juga mencakup narasi, *storytelling*, dan pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. *Scriptor* atau penulis naskah memiliki peran krusial dalam proses ini. *Scriptor* atau penulis naskah tidak hanya sekadar menulis teks, melainkan juga menyusun ide, melakukan riset, membangun alur cerita, hingga memastikan pesan yang ditulis relevan dan dapat diterima audiens. Dalam konteks produksi konten digital, *scriptor* bertanggung jawab untuk menghubungkan antara tujuan *personal branding* dengan ekspektasi audiens yang dituju. Hal ini sejalan bahwa setiap orang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, baik itu mencari informasi, hiburan, maupun hal-hal yang menunjukkan identitas dirinya. Oleh karena itu, peran *scriptor* menjadi sangat strategis dalam memastikan konten yang diproduksi mampu memenuhi kebutuhan tersebut.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa keterlibatan *scriptor* sangat menentukan keberhasilan kampanye digital maupun *personal branding*. Studi oleh Bala, Darmawan, & Gulendra (2022) pada Film Dokumenter Bali Santhi Inews Bali menunjukkan bahwa *scriptor* berperan dalam menyusun konsep, melakukan riset sumber terpercaya, serta menyelaraskan konten dengan tujuan komunikasi yang telah ditentukan. Tanpa adanya *scriptor*, konten cenderung kehilangan arah, tidak konsisten, dan gagal menyampaikan pesan utama. Penelitian lain oleh Munanjar,

Haikal, & Kusnadi (2023) mengenai proses kreatif *scriptwriter* di platform TikTok juga menegaskan bahwa peran penulis naskah meliputi keseluruhan tahapan, mulai dari pra-produksi, pemilihan talent, penyusunan ide, hingga evaluasi sebelum konten diunggah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *scriptor* merupakan aktor yang tidak terlihat, tetapi memiliki kontribusi signifikan dalam kesuksesan sebuah konten digital.

Konteks ini menjadi semakin relevan ketika ditinjau pada kasus akun Instagram @timothyjason10. Akun ini aktif dalam memproduksi konten yang berfokus pada pengembangan diri, gaya hidup, serta topik-topik yang relevan dengan anak muda. Untuk membangun *personal branding* yang kuat, konsistensi narasi, gaya bahasa, serta *storytelling* yang digunakan menjadi faktor penting yang tidak bisa dilepaskan dari peran *scriptor*. Konten-konten yang disajikan oleh akun ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana membangun citra diri sang pemilik akun sebagai individu yang profesional, kreatif, dan memiliki nilai unik. Oleh karena itu, penelitian mengenai peran *scriptor* dalam mendukung proses *personal branding* pada akun @timothyjason10 menjadi signifikan.

Akun Instagram @timothyjason10 dalam konteks penelitian ini tidak sekadar berfungsi sebagai akun personal, tetapi merupakan bagian dari strategi komunikasi perusahaan Renjana Cashew. Sebagai CEO, Timothy Jason berperan sebagai brand figure yang merepresentasikan nilai, citra, dan identitas perusahaan kepada audiens. Oleh karena itu, kegiatan produksi konten yang dilakukan pada akun tersebut dijalankan secara profesional melalui Divisi Scriptor & Personal Branding. Dengan demikian, peran *scriptor* dalam pembuatan konten pada akun

@timothyjason10 berada dalam struktur kerja perusahaan dan bukan bersifat individual atau personal semata.

I.2. Bidang Kerja Praktik

Fokus kerja praktik penulis berada pada ranah komunikasi media. Dalam pelaksanaannya, penulis berperan sebagai *scriptor* atau penulis naskah yang bertanggung jawab terhadap proses penulisan konten pada akun Instagram @timothyjason10 dibawah naungan PT. Renjana Adika Nusantara (Renjana Cashew).

I.3. Tujuan Kerja Praktik

Tujuan yang ingin dicapai dari adanya penelitian ini adalah untuk menerapkan materi mengenai peran *scriptor* dalam produksi konten media sosial yang telah dipelajari selama masa perkuliahan, khususnya dalam konteks membangun *personal branding* melalui platform Instagram.

I.4. Manfaat Penelitian

I.4.1 Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mendalami materi mengenai peran *scriptor* dalam produksi konten media sosial yang telah dipelajari di perkuliahan. Melalui studi kasus pada akun @timothyjason10, penulis dapat memahami secara langsung bagaimana teori-teori komunikasi dan penulisan naskah diterapkan dalam konteks nyata. Selain itu, penelitian ini juga memberikan pengalaman praktis dalam melakukan analisis konten dan wawancara mendalam yang dapat menjadi bekal dalam dunia kerja bidang komunikasi digital.

I.4.2 Bagi Perusahaan/Tim Kreatif @timothyjason10

Penelitian ini dapat memberikan masukan mengenai strategi *personal branding* yang telah dijalankan melalui konten Instagram. Hasil analisis terhadap peran *scriptor* dapat membantu tim dalam mengevaluasi efektivitas proses kreatif yang selama ini dilakukan. Temuan penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk mengoptimalkan strategi konten, memperjelas pembagian peran dalam tim kreatif, serta mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu dikembangkan untuk meningkatkan *engagement* dan mencapai tujuan *personal branding* yang lebih baik.

I.4.3 Bagi Program Studi Ilmu Komunikasi

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan dalam pengembangan mata kuliah yang berkaitan dengan penulisan naskah komunikasi. Penelitian ini juga menambah literatur akademik mengenai *personal branding* di media sosial. Temuan-temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran nyata kepada mahasiswa lain tentang aplikasi teori komunikasi dalam industri konten digital yang sedang berkembang pesat.

I.5 Tujuan Pustaka

I.5.1 *Scriptor* / *Script Writer* (Penulis Naskah)

Scriptor dalam konteks media digital dapat dipahami sebagai individu yang memiliki tanggung jawab dalam merancang naskah, konsep, sekaligus narasi dari sebuah konten. Peran ini tidak hanya sebatas menuliskan ide, tetapi juga berperan agar naskah video mampu memikat audiens serta menyampaikan pesan secara persuasif (Yusminanda & Widagdo, 2025). Dalam sebuah produksi konten, terutama konten berbasis video pendek seperti Reels atau TikTok, keberadaan

script menjadi fondasi utama dalam membentuk alur pesan agar tetap logis, menarik, dan mudah dipahami.

Penulis naskah memiliki tanggung jawab untuk menjabarkan ide kreatif ke dalam teks naratif yang jelas dan efektif. Hal ini mencakup penyusunan alur *hook*, *opening*, isi pesan, hingga *closing* yang mampu menimbulkan kesan. *Script writer* memiliki peran yang sangat penting dalam proses produksi konten audio visual. Seorang penulis naskah bertugas membangun cerita melalui alur yang logis dan terstruktur sehingga mudah dipahami oleh penonton. Selain itu, *script writer* juga harus mampu menjabarkan ide atau gagasan kreatif ke dalam bahasa yang sesuai dengan konteks dan karakter pesan yang ingin disampaikan. Tidak hanya sekadar menyusun dialog, penulis naskah juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pesan utama dalam tayangan dapat tersampaikan secara jelas dan efektif. Lebih jauh, *script writer* perlu membangun emosi penonton melalui pemilihan kalimat dan pengaturan suasana adegan, tanpa harus menampilkan kekerasan atau hal-hal yang tidak mendidik dalam visual. Pada akhirnya, naskah yang baik bukan hanya memberikan hiburan sementara, tetapi mampu meninggalkan kesan dan makna yang bertahan dalam ingatan serta pengalaman emosional audience.

Selain menjalankan fungsi penyusunan alur cerita dan penyampaian pesan, *script writer* juga memiliki peran penting dalam keseluruhan proses produksi konten. (Suryani, 2019) menjelaskan bahwa *script writer* bertanggung jawab menciptakan dan menulis dasar acuan berupa naskah atau skenario yang dapat berasal dari ide pribadi maupun dari gagasan lain. Peran ini menempatkan *script writer* sebagai individu yang terlibat sejak tahap awal, yaitu proses pengembangan

ide hingga memasuki masa pra-produksi, sehingga struktur cerita dapat direncanakan dengan matang. Selain itu, penulis naskah harus menyusun skenario sesuai dengan format penulisan yang berlaku agar mempermudah proses visualisasi dan teknis produksi. Tidak jarang, *script writer* juga berperan sebagai narasumber atau konsultan pada saat proses produksi berlangsung apabila diperlukan penjelasan lebih lanjut mengenai alur, dialog, atau interpretasi adegan. Hal ini menunjukkan bahwa peran *script writer* tidak berhenti pada hasil tulisan, tetapi turut menjadi bagian integral dari eksekusi karya audio visual secara keseluruhan.

Dalam praktiknya, peran *scriptor* menjadi semakin kompleks di era digital. Seorang *scriptor* dituntut untuk memahami karakteristik platform, perilaku audiens, serta dinamika tren yang terus berubah. Oleh karena itu, *scriptor* tidak lagi sekadar penulis teks, melainkan juga menghadirkan teks yang memberi pengalaman komunikasi.

Lebih jauh, peran *scriptor* dalam media digital berkaitan erat dengan proses content creation dan *personal branding*. Dengan narasi yang terstruktur, kreator dapat membangun identitas yang konsisten sekaligus memperkuat citra diri atau merek. Hal ini menunjukkan bahwa peran *scriptor* memiliki dimensi strategis: selain mengatur teks, mereka juga turut menentukan bagaimana sebuah pesan dikemas agar relevan dengan konteks sosial, budaya, maupun kebutuhan pasar.

I.5.2 Media Sosial Instagram

Perkembangan internet telah melahirkan media sosial sebagai bentuk media baru yang terus berkembang seiring zaman (Pamuji, 2019). Media sosial memiliki

keunggulan karena bisa diakses kapan saja dan dimana saja tanpa batasan waktu, asalkan ada perangkat yang mendukung.

Instagram adalah salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan saat ini. Platform ini merupakan gabungan dari kata "*instant & telegram*" yang dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Instagram adalah sebuah aplikasi untuk berbagi foto yang dapat dilihat oleh Pengikut (*followers*) dari pengunggah foto tersebut dan dapat saling memberikan komentar antara sesamanya. Pengguna bisa saling berinteraksi dengan memberikan komentar dan *like* pada foto yang dibagikan.

Salah satu karakteristik khas Instagram terletak pada format fotonya yang berbentuk persegi. Tampilan ini menyerupai hasil jepretan kamera Polaroid atau Kodak Instamatic, berbeda dari foto pada umumnya yang menggunakan rasio 4:3. Instagram menyediakan sejumlah fitur yang memungkinkan terjadinya interaksi antar pengguna, antara lain *following*, *followers*, *likes*, dan *comment*. Fitur *following* merujuk pada akun-akun yang dipilih pengguna untuk diikuti, sedangkan *followers* adalah orang-orang yang mengikuti akun tersebut. *Likes* berfungsi sebagai bentuk apresiasi atau ketertarikan terhadap konten yang diunggah, sedangkan *comment* memungkinkan pengguna memberikan tanggapan secara langsung pada unggahan tersebut. Melalui fitur-fitur tersebut, Instagram membentuk ruang interaksi sosial yang aktif dan dinamis antar penggunanya (Sari, 2017)

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, perkembangan Instagram sebagai platform media sosial ini sangat relevan untuk memahami bagaimana Instagram

bisa menjadi tempat yang strategis untuk membangun *personal branding*. Instagram memungkinkan komunikasi visual yang luas dan bisa diakses kapan saja, sehingga memberikan kesempatan bagi pengguna seperti @timothyjason10 untuk membangun citra diri secara konsisten.