

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **I.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Seiring perkembangan zaman di era digital saat ini banyak media baru untuk mencari informasi dan hiburan. Salah satu media yang baru yang sering digunakan oleh masyarakat yaitu media sosial. Perkembangan media sosial saat ini sangat pesat salah satu nya *instagram* yang digemari oleh pengguna media sosial. Perkembangan tersebut menjadikan peluang baik untuk orang-orang yang ingin menekuni profesi sebagai *content creator*. *Content creator* adalah profesi yang memproduksi suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua lebih materi. Konten tersebut dibuat untuk media digital, seperti *Youtube, Instagram, Blogger, dan platform* media sosial lainnya (Sayugi, 2018).

Disini penulis menggunakan media sosial Instagram dalam penelitiannya karena Instagram adalah media sosial yang paling banyak diminati oleh kaum muda. Menurut Abbot, dkk (2013, hlm. 1) Instagram dapat menghubungkan dunia fisik dan dunia digital, meningkatkan kehadiran dan pengenalan identitas secara online dan memungkinkan interaksi yang lebih efektif tidak hanya untuk pribadi, tetapi juga untuk tujuan yang lainnya. Pengguna Instagram banyak di dominasi oleh kaum muda dan menarik lebih banyak komunitas yang berbeda daripada sosial media lainnya. Menurut Ardianto (2004 hlm. 106) komunikasi dalam Instagram telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Instagram sebagai alat media sosial yang menarik audien melalui konten yang diunggah. Maka tak heran, kini banyak sekali

yang menjadikan Instagram sebagai salah satu media sosial yang efektif untuk berkomunikasi dengan audien.

Dalam kerja praktek kali ini kami melakukan project pelaksanaan komunikasi berupa digital content yang berisi konten audio dan audiovisual tentang *toxic relationship*. Sudah merupakan rahasia umum jika manusia terlahir sebagai makhluk sosial. Hal ini menunjukkan bahwa tidak mungkin manusia hidup tanpa orang lain. Akan selalu ada suatu kondisi yang membutuhkan bantuan atau sekadar berinteraksi dengan orang lain. Hubungan yang dijalani pun beragam, mulai dari keluarga, pertemanan, pasangan, atau rekan kerja. Idealnya sebuah hubungan yang dijalani bersifat dua arah, melibatkan satu sama lain. Akan tetapi, tidak semua hubungan yang dimiliki manusia merupakan hubungan yang sehat.

Karena seringkali ketika dalam sebuah hubungan antar manusia tentunya menemukan berbagai kendala yang akhirnya mempengaruhi hubungan tersebut menjadi tidak baik. Bila dilihat dari pengertian katanya "*toxic relationship*" adalah hubungan yang beracun. Racun dalam sebuah hubungan sering tidak disadari oleh mereka yang terlibat dalam hubungan tersebut, padahal *toxic relationship* ini dapat memberikan dampak dan racun bagi fisik dan mental seseorang. Sebuah hubungan yang tidak menyenangkan antar manusia, hubungan yang bersifat merusak karena konflik, tidak saling mendukung, muncul persaingan, dan ini juga akan membuat seseorang merasa lebih buruk. *Toxic relationship* dapat terjadi dalam hubungan antar manusia yang ditandai dengan adanya keegoisan, kecemburuan yang berlebihan, sulit menjadi diri sendiri, dikendalikan. Dari situ dapat dilihat bahwa *toxic relationship* ini merupakan hubungan yang tidak menyenangkan bagi diri

sendiri atau orang lain dan akan menjadi beban bagi orang tersebut seiring berjalannya waktu. Beberapa orang tidak menyadari potensi *toxic* dalam sebuah hubungan yang dimiliki.

*Toxic* yang dimaksud bukan berarti seluruh pribadi seseorang menjadi *toxic*, tetapi bagaimana perilakunya atau hubunganmu dengan dia yang tergolong *toxic*. Permasalahan ini biasanya dialami secara langsung. Memiliki seorang teman yang hanya ingin didengarkan dan mencari di saat kesusahan, tetapi tidak pernah mendengarkan kisahmu dan melupakanmu di saat bahagia. Di sisi lain, mungkin memiliki pasangan tapi tidak pernah menghargai. Malah berbuat sesukanya asal keinginannya tercapai, selalu menyalahkan dirimu kalau terjadi masalah, bahkan berani bertindak kasar padamu. Fenomena ini menjadi menarik kami pilih sebagai tema dari project kami, karena sekarang ini belum banyak orang sadar dan mengetahui tentang apa pengaruh dari konflik yang terjadi dalam berkomunikasi dalam sebuah hubungan hingga hadirnya *toxic relationship*. Oleh karena itu kami ingin membuat digital content yang isinya akan dikemas dalam bentuk audio dan audiovisual dan dipublikasikan melalui media sosial Instagram.

## **I.2 BIDANG KERJA PRAKTIK**

*Content creator* merupakan bidang kerja praktik yang penulis lakukan yaitu dengan menghasilkan suatu konten yang menarik, teknik komunikasi yang baik, hingga pemahaman yang baik agar tujuan dari pembuatan konten tersebut berjalan dengan baik.

### **I.3 TUJUAN KERJA PRAKTIK**

Tujuan dari kerja praktik ini adalah agar semua orang yang menonton konten yang dibuat dapat teredukasi mengenai apa itu *Toxic Relationship* serta betapa pentingnya kita agar tidak terjerumus dalam *Toxic Relationship*.

### **I.4 MANFAAT KERJA PRAKTIK**

Manfaat kerja praktik ini adalah dengan berbagai konten yang dibuat di instagram berupa *output audio* dan *audio visual* maka secara tidak langsung saat ada orang yang menonton konten yang telah dibuat maka mereka bisa terhibur sekaligus teredukasi mengenai *Toxic Relationship*.

### **I.5 TINJAUAN PUSTAKA**

#### **I.5.1. DIGITAL CONTENT**

*Digital content* adalah konten dalam beragam format baik teks atau tulisan, gambar, video, audio atau kombinasinya yang diubah dalam bentuk digital, sehingga konten yang diciptakan tersebut dapat dibaca dan mudah dibagi melalui *platform* media digital seperti laptop, tablet bahkan *smartphone*. Sehingga dapat dikatakan segala konten tentang apapun, selama konten tersebut bisa dibaca dan digunakan dengan komputer atau alat digital lainnya maka itu adalah *Digital Content*. Jenis pekerjaan ini muncul karena teknologi terus berkembang dan manusia dituntut untuk tetap menciptakan konten-konten yang menarik dan kreatif..

Digital content merupakan sebuah konten yang memiliki berbagai macam format mulai dari teks, gambar, video dan bahkan audio yang diubah dalam bentuk digital, agar konten tersebut dapat dinikmati dan mudah untuk diakses oleh banyak orang melalui berbagai macam platform media digital yang ada.

Industri konten membutuhkan kreativitas dari *content creator* untuk menciptakan suatu inovasi (Preston, Kerr, and Cawley, 2009). Industri konten digital merupakan salah satu perluasan industri konten analog yang dilahirkan oleh perkembangan teknologi digital. Secara konseptual, industri konten digital merujuk pada produk atau layanan yang mengintegrasikan konten grafis, teks, gambar, suara, data, dan lainnya. Industri tersebut mencakup konten mobile, layanan internet, video game, animasi, audio visual, penerbit digital, hingga pendidikan digital. Industri kreatif dapat dikategorikan sebagai industri konten digital jika mereka melakukan digitalisasi terhadap produknya (Tsai, 2008). Konten digital mencakup informasi yang disiarkan secara digital. Industri tersebut meraih keuntungan melalui proses inovasi, kreativitas. Secara umum, ekosistem industri konten digital dibangun atas tiga komponen, yaitu produksi, distribusi dan konsumsi.

Tahap penciptaan konten digital (*digital content creation*) berlangsung melalui berbagai proses mulai dari pengembangan ide, konversi ide, pengemasan hingga penyimpanan konten yang telah selesai. Kunci kesuksesan proses ini adalah kreativitas, yang dapat menjamin kualitas produk dan inovasi yang berkelanjutan. Dalam industri konten digital, kreativitas tidak hanya bergantung pada kemampuan individu tetapi juga integrasi berbagai keahlian individu pada proses kerja yang interaktif (Jung 2007). Hal ini menunjukkan bahwa industri konten digital

merupakan industri yang hanya dapat berjalan karena kekuatan tim. proses penciptaan konten digital dalam *Society 5.0* menekankan pada kemampuan teknologi dalam membangun jejaring dengan berbagai pengguna sehingga suatu produk/konten dapat tercipta dari kreativitas dan inovasi secara kolektif untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Kehadiran teknologi harus mampu menghasilkan efektivitas dan mendukung interaktivitas bagi kegiatan kolaborasi dan *co-creation*. Manusia sebagai pembuat konten tidak dapat dilepaskan dari proses penciptaan konten digital karena konten digital merupakan bagian dari industri kreatif yang membutuhkan kreativitas manusia.

Para pekerja konten digital memerlukan perpaduan keahlian antara teknologi dengan kreativitas budaya sehingga profesi ini memiliki perbedaan dengan pekerja dari bidang-bidang teknis yang tidak menitikberatkan pada kreativitas. Pada proses publikasi atau distribusi, konten digital hanya dapat didistribusikan melalui internet, baik itu internet nirkabel maupun kabel (Jung 2007). Dalam tahap tersebut, interaksi antara pencipta maupun distributor dengan konsumen konten digital sangat sedikit dan terbatas karena bentuknya yang digital, sehingga konsumen dapat langsung mengunduh atau membelinya melalui koneksi internet. Efektivitas distribusi menjadi hal yang perlu diperhatikan oleh sektor industri agar produk/konten dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Penggunaan teknologi merupakan kunci utama dalam tahapan ini karena format digital dari konten memungkinkannya terhubung dengan perkembangan teknologi terkini dalam komputer dan internet (Kose, 2016). Media digital seperti media

sosial turut menjadi alat yang memberikan berbagai kemudahan dalam mendistribusikan konten melalui data yang disediakan.

### **I.5.2. PRODUKSI DIGITAL CONTENT**

Menurut Marshall Meluhan pengertian media adalah suatu ekstensi manusia yang memungkinkannya mempengaruhi orang lain yang tidak mengadakan kontak langsung dengan dia. Media Audio Visual berasal dari kata media yang berarti bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan, atau pendapat sehingga ide, pendapat atau gagasan yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju. Kemampuan media ini dianggap lebih baik dan lebih menarik, sebab mengandung kedua unsur jenis media audio dan visual secara bersamaan.

Audio Visual merupakan sebuah media berbentuk suara dan juga gambar yang dipadukan menjadi satu, media ini sangat sering sekali digunakan dan media ini merupakan salah satu media yang paling digemari dan mudah untuk dicerna oleh masyarakat jika menyampaikan sesuatu dari media tersebut dan bentuknya seperti video, film, dll. Fungsinya biasanya untuk menyampaikan sesuatu melalui sebuah Video ataupun film dan bertujuan agar orang yang melihat video tersebut dapat memahami makna pesan yang disampaikan dalam video terhadap orang yang melihat dan bisa menerapkan sisi positif yang diambilnya dari video.

Sedangkan Audio merupakan bentuk media berupa suara yang

menyampaikan sebuah informasi atau hiburan. Contohnya seperti radio, atau sekarang ini Podcast banyak diminati. Selain itu fungsinya sama seperti audiovisual tetapi audio lebih difokuskan pada indra pendengar manusia dan membiarkan otak mengimajinasikan atau memvisualisasikan sendiri terhadap apa yang disampaikan melalui audio.

Produksi memiliki tahapan awal yaitu pra produksi dimana ini merupakan sebuah tahapan yang harus dilakukan oleh *content creator* dalam proses pembuatan konten, dimana pra produksi memiliki 70% kekuatan dalam proses pembuatan sebuah konten. Semakin matang pra produksi dilakukan maka semakin sempurna dan berjalan dengan lancar juga film tersebut dibuat agar meminimalisir kesalahan – kesalahan yang ada.

Saat proses produksi kita harus memeriksa semua kebutuhan untuk shooting dan tidak boleh sampai ada yang tertinggal atau *miss*. Dimana kita harus membriefting talent lagi, mengatur tata kamera, lighting, dan wardrobe serta riasan talent agar produksi shooting dapat berjalan maksimal.

Setelah itu dilanjutkan ke pasca produksi dimana dalam pasca produksi, editor lah yang berperan besar seperti mengurutkan dan mencatat file video mana yang akan digunakan, lalu memasukkan file tersebut ke *workspace* dalam aplikasi editing dan akhirnya melakukan proses video editing. Editor akan meng*cut* bagian – bagian yang kurang penting dan tidak bisa digunakan, memsinkronkan dengan audio serta memberikan teks/subtitle agar nanti para orang yang menonton bisa memahami maksud dari percakapan pemeran. Setelah itu dilakukan proses rendering video dan



jika sudah selesai akan dilakukan screening sebelum akhirnya project tersebut dianggap selesai dengan memeriksa detail atau ada sesuatu yang terlewat agar editor dapat melakukan revisi. Dan yang terakhir agar saat di upload atau ingin ditayangkan dapat menarik perhatian penonton, editor akan mengedit *thumbnail* agar saat orang melihat covernya mereka jadi lebih tertarik untuk menonton (Prasetyo, 2011, p. 8-45).

### **I.5.3. DIVISI CREATIVE CONTENT**

Pengertian sederhana dari *content creator* adalah seseorang yang memiliki tanggung jawab pada setiap informasi yang mereka sebarkan di media, khususnya media digital. Berdasarkan laman tersebut, *content creator* umumnya mempunyai target penonton atau audiensnya masing-masing. *Content creator* sendiri, harus mampu menghasilkan suatu konten yang menarik, teknik komunikasi yang baik, hingga pemahaman yang baik agar tujuan dari pembuatan konten tersebut berjalan dengan baik (Sayugi, 2018). Divisi ini biasanya bertugas untuk menentukan ide-ide, mengatur alur jalan cerita, membuat konsep hingga skrip yang akan digunakan sehingga menghasilkan sebuah konten yang menarik yang akan dieksekusi menjadi audio atau audiovisual oleh divisi produksi.

Tugas dari *content creator* sendiri mengumpulkan ide, data, dan melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten. Menghasilkan konten yang sesuai dengan identitas dan branding yang diinginkan. Berusaha memenuhi tujuan yang disepakati dari sebuah konten. Misalnya, tujuan promosi, edukasi, menghibur atau memberi informasi. Kemudian menyesuaikan konten dengan platform yang dipilih. Dalam hal ini, seorang *content creator* bisa

menghasilkan karya untuk multi-platform. Dan mengevaluasi konten yang telah ditayangkan.(Youth Manual, 2018)

Pembuatan konten biasanya diawali dengan pencarian ide terlebih dahulu, ketika ide sudah ada baru seorang content creator dapat membuat suatu karya. Pada era saat ini sebenarnya content creator lebih dari sekadar pencipta konten semata. Mereka juga memiliki fungsi yang terbilang besar dalam dunia marketing sekarang ini, bahkan, ada juga yang menyebut content creator sebagai penggerak content marketing (Sudarma, 2013).

Hal yang dibutuhkan untuk menjadi content creator, ada beberapa aspek yaitu Content, Target Audiens & Platform, Personal Branding, dan Monetisasi. Isi konten yang bersifat edukatif harus informatif dan bermanfaat dan tentunya harus sesuai fakta. Pada dasarnya proses pembuatan konten juga melibatkan kreativitas seseorang. Kreativitas ini, kelak, akan menjadi alat bagi seorang content creator untuk membuat orang-orang mau melihat konten yang kita buat.

#### **I.5.4. INSTAGRAM**

Media sosial adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*). Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 , dan yang memungkinkan penciptaan

dan pertukaran *user-generated content*" . Definisi media sosial instagram menurut para ahli, bahwa sosial media instagram adalah sebuah kelompok aplikasi menggunakan basis internet dan teknologi web.2.0 yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan *usergenerated content*.(Kaplan & Haelein, 20014:26).

Pesatnya perkembangan media sosial kini dikarenakan semua orang seperti bisa memiliki media sendiri. Jika untuk memiliki media tradisional seperti televisi, radio, atau koran dibutuhkan modal yang besar dan tenaga kerja yang banyak, maka lain halnya dengan media. Seorang pengguna media sosial bisa mengakses menggunakan media sosial dengan jaringan internet bahkan yang aksesnya lambat sekalipun, tanpa biaya besar, tanpa alat mahal dan dilakukan sendiri tanpa karyawan. Pengguna media sosial dengan bebas bisa mengedit, menambahkan, memodifikasi baik tulisan, gambar, video, grafis, dan berbagai konten lainnya. Salah satu media sosial yang sangat berkembang pesat sekarang adalah Instagram.

Saking populernya Instagram sebagai sebuah media sosial, banyak orang yang tak tahu arti sebenarnya dari pemakaian kata tersebut. Disusun dari dua kata, yaitu "Insta" dan "Gram". Arti dari kata pertama diambil dari istilah "Instan" atau serba cepat/mudah. Semakin banyak orang yang menyadari bahwa Instagram merupakan alat promosi yang sangat ampuh. Kecenderungan para pengguna internet ialah lebih tertarik pada bahasa visual. dibandingkan dengan media sosial lainnya, Instagram lebih memaksimalkan fiturnya untuk komunikasi melalui gambar atau foto. (Yunitasari, Cindy & Japariato, 2013)

Media ini sering kali digunakan selain untuk sebagai media pribadi dengan berbagi foto, video, media ini juga bisa digunakan sebagai ladang bisnis untuk

promosi dan masih banyak hal lainnya, salah satunya digunakan sebagai media untuk mengedukasi banyak orang dengan membagikan video motivasi, edukasi, dan informative bagi masyarakat luas.