

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Teknologi komunikasi merupakan teknologi internet yang bisa meningkatkan kualitas komunikasi yang mendukung percepatan informasi serta menyebarkan komunikasi yang saat ini tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu. Ketergantungan menggunakan teknologi komunikasi telah menjadi bagian penting keberlangsungan peradaban manusia dimasa depan. Perubahan individu mendapatkan informasi melalui media massa seperti surat kabar, majalah, buku, televisi, dan radio. Era media konvensional memberikan pengaruh penting dalam memberikan informasi. Adanya teknologi membuat sistem jurnalisme bergeser, mulai berita muncul di platform online yang berdampak bagi organisasi media berita, yang memengaruhi lalu lintas, pendapatan audiens, dan praktik media yang sangat epistemik karena mereka beradaptasi untuk memproduksi konten untuk platform digital seperti sebagai Facebook, Twiter, Tiktok, dan Instagram (Sosial et al., 2021).

Generasi milenial merupakan generasi 4.0 sektor industri. Saat ini peradaban telah memasuki revolusi industri keempat atau dikenal dengan era industri 4.0. Kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat menjadi ciri era ini. 'Superkomputer' mengacu pada meningkatnya kecanggihan komputer modern. Penerus telepon seluler (ponsel) adalah telepon pintar. Munculnya teknologi ponsel pintar telah melahirkan kecenderungan individualistis dan mempengaruhi komunikasi antarpribadi dan kelompok manusia. Krisis

komunikasi sosial dipicu oleh maraknya penggunaan ponsel pintar, terutama di kalangan generasi muda (Nurdin et al., 2021a) . Pada mulanya aktivitas manusia dilaksanakan sesuai dengan teknologi industri 4.0. Namun demikian, penyebaran pandemi COVID-19 (C-19) secara global, yang berasal dari Wuhan, Tiongkok pada bulan Desember 2019 dan mencapai Indonesia pada awal Maret 2020, telah mempercepat integrasi teknologi internet ke dalam setiap aspek kehidupan manusia; itu telah muncul sebagai konsep sentral dalam kehidupan individu. Industri 4.0 sudah dekat. Industri 4.0 diciptakan sebagai respons terhadap tuntutan yang terus berkembang di bidang ekonomi, sosial, politik, dan budaya. Sektor industri telah mengalihkan fokusnya dari produk ke layanan yang difasilitasi oleh perangkat teknologi informasi sebagai akibat dari transformasi ini. Sistem komputer, integrasi sistem teknologi informasi, digitalisasi sensor otomatis melalui pemanfaatan teknologi, sistem pemantauan data otomatis, sistem analisis model virtual, sistem big data, dan layanan produk digital merupakan teknologi yang dikembangkan untuk mendukung Industri 4.0 (Nurdin et al., 2021).

Dengan memperbanyak jalinan silaturahmi melalui akun media sosial—dengan mem-follow teman (menjadi mutual follower), memberikan komentar atas pendapat yang dikembangkan orang lain, atau menerima komentar orang lain atas pendapatnya, dan bertukar sapa generasi milenial memperkuat komunikasi melalui media sosial. dalam jarak dekat satu sama lain. (Nurdin et al., 2021). Jejaring sosial adalah platform online yang memungkinkan individu membangun halaman web pribadi, menjalin hubungan dengan orang lain, dan bertukar berbagai informasi.

Tentunya konten media sosial juga dapat membantu individu dalam memperoleh informasi.

Konten mengacu pada informasi yang disebarluaskan melalui produk atau media elektronik. Penyebaran konten dapat terjadi melalui banyak platform media, termasuk namun tidak terbatas pada internet, televisi, CD audio, dan acara langsung seperti konferensi dan pertunjukan panggung. Konsep "konten" digunakan untuk menggambarkan dan mengukur beragam bentuk dan kategori informasi yang merupakan elemen peningkatan nilai media. Contoh saluran komunikasi online atau sistem transmisi pesan adalah media sosial, website, dan blog.

TikTok merupakan salah satu platform media sosial yang saat ini sedang populer dan memiliki banyak sekali aplikasi. Seluruh pengguna Tiktok mempunyai kemampuan untuk berinteraksi dan memperluas lingkaran sosialnya di platform media sosial Tiktok. Aplikasi media sosial TikTok ini menampilkan berbagai macam konten, termasuk pendidikan, memasak, fashion, dan referensi lokasi, serta materi hiburan termasuk menari, parodi, vlog, dan sinkronisasi bibir. Akibatnya remaja cenderung lebih memilih menonton konten video yang lebih beragam dan menghibur agar terhindar dari rasa bosan. Dengan cara ini, pengguna lebih termotivasi untuk menghasilkan materi yang kreatif dan menarik, itulah salah satu alasan mengapa TikTok menjadi salah satu platform media sosial terpopuler. Terlibat dalam berbagi atau menerima informasi di TikTok dapat secara signifikan memengaruhi disposisi seseorang karena kemudahan yang diberikannya. Contohnya adalah sifat konsumtif. Sifat konsumtif dapat diartikan sebagai

kecenderungan konsumsi yang berlebihan atau boros, dimana keinginan lebih diutamakan daripada kebutuhan dan tidak memiliki batasan.

Berkat kemudahan mengunggah konten video ke TikTok, sejumlah pebisnis memanfaatkan aplikasi tersebut sebagai platform media sosial untuk aktif mempromosikan merek dan produknya. Salah satu contoh Perusahaan yang menggunakan tiktok sebagai sarana penjualan dan promosi ialah Surabaya Suites Hotel.

Surabaya Suites Hotel, merupakan perusahaan di bidang industri pariwisata, di bawah naungan PT Bayu Beringin Lestari. Surabaya Suites Hotel merupakan Hotel yang terletak di pusat kota Surabaya tepatnya di Plaza Boulevard, Jl. Pemuda 31-37, Surabaya 60271, Indonesia. Surabaya Suites Hotel terus meningkatkan hal pelayanan, perkembangan fasilitas, dan berkomitmen untuk memprioritaskan kenyamanan, dan kepuasan pelanggan.

Surabaya Suites Hotel memiliki beberapa divisi didalamnya, salah satu divisi yang memiliki bidang dalam pembuatan video sebagai pemasarannya adalah content creator. Content creator merupakan seseorang yang membuat konten hiburan atau edukasi untuk di ekspresikan melalui media sosial apapun, dan biasanya di pengaruhi oleh media-media digital. Dengan bantuan TikTok, divisi content creator harus mampu mengembangkan konten online yang mampu memikat konsumen. Surabaya Suites Hotel memiliki berbagai macam akun social media yang berisi berbagai informasi mengenai promo hotel, akomodasi, dan fasilitas di hotel tersebut. Konten-konten yang di produksi dan akun sosial media tiktok

Surabaya Suites Hotel berisikan tentang fasilitas dan promo pada akun tiktok @surabayasuiteshotel.

I.2 Bidang Kerja Praktik.

Penulis berfokus pada penerapan praktis teori media. Penulis kegiatan kerja praktik ini merupakan salah satu anggota divisi konten kreator yang bertugas memproduksi konten promosi Surabaya Suites Hotel atas nama perusahaan TikTok.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan dari kerja praktik ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan prosedur operasional di Surabaya Suites Hotel yang mencakup keseluruhan alur konten TikTok mulai dari produksi hingga hasil. Selain itu, kerja praktik melibatkan penerapan pengetahuan berupa teori, soft skill, dan keterampilan fisik.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

I.4.1 Manfaat Teoritis

Dapat dijadikan sebagai rujukan di Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS khususnya pada kajian media di bidang produksi pembuatan konten di media sosial khususnya Tiktok, baik dari proses sampai hasilnya.

I.4.2 Manfaat Praktis Untuk Perusahaan

Dapat digunakan sebagai sumber kritik, rekomendasi, dan penilaian yang diperoleh dari observasi langsung yang dilakukan selama bekerja di Surabaya Suites Hotel.

I.4.3 Manfaat Praktis Untuk Mahasiswa

Kesempatan ini dapat menjadi pengalaman praktis bagi lulusan perguruan tinggi memasuki dunia profesional dan dapat memperluas pemahaman mereka tentang seluk-beluk industri komunikasi.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Tiktok Sebagai Media Sosial

Prevalensi internet di era teknologi dan informasi saat ini menumbuhkan iklim yang semakin kondusif bagi perkembangan teknologi baru, termasuk telepon seluler. Pemanfaatan perangkat seluler yang dilengkapi dengan konektivitas internet memungkinkan komunikasi yang mudah dengan siapa pun. Seseorang juga dapat mengakses dan memanfaatkan beberapa akun media sosial untuk berkomunikasi, berbagi konten, dan terlibat dalam bentuk komunikasi lainnya. Media sosial mengacu pada platform digital yang memfasilitasi berbagi konten antar pengguna, termasuk jejaring sosial. Salah satu platform media sosial yang saat ini dimanfaatkan oleh generasi Z adalah TikTok. Tiktok didirikan pada tahun 2018 sebagai konsekuensi dari akuisisi perusahaan Tiongkok ByteDance, yang sebelumnya dimiliki oleh Zhang Yiming. TikTok adalah platform media sosial lain yang saat ini populer dalam budaya populer.

TikTok adalah aplikasi yang memfasilitasi produksi dan penyebaran banyak koleksi video pendek. Pengguna TikTok diberikan akses tidak terbatas untuk memproduksi video, yang mereka lakukan dengan memilih audio dan filter pilihan mereka dan dengan menggunakan algoritma berbeda yang membedakannya dari platform media sosial alternatif. Terdapat istilah “For Your Page” dalam tiktok, (Baskara, n.d.) *For Your Page* ialah konten yang berada pada beranda tiktok dengan

jumlah penonton yang tinggi, hal tersebut dapat terjadi jika konten yang dibuatnya menarik perhatian Masyarakat.

TikTok telah secara efektif berkembang menjadi platform media sosial yang unik dengan mengintegrasikan berbagai atribut platform lain ke dalam satu aplikasi yang memiliki daya tarik pengguna yang besar. Pertumbuhan eksponensial pengguna TikTok dari satu tahun ke tahun berikutnya terlihat pada angka-angka berikut: pada kuartal kedua tahun 2022, TikTok akan memiliki 1,5 miliar pengguna, dibandingkan dengan 133 juta pengguna pada kuartal kedua tahun 2018.

I.5.2 Proses Produksi Konten Media Sosial

Pada umumnya, proses produksi dibagi menjadi tiga tahap yaitu :

- a. Ide, pertemuan teknis, dan perencanaan praproduksi yang merupakan bagian integral dari proses produksi dan pascaproduksi. Sesuai dengan tahap pra produksi, memberikan kontribusi sebesar 75% terhadap keseluruhan produksi. Pada tahap pra-produksi:
 1. Konsep mencakup refleksi penetapan tujuan, kepraktisan, dan sasaran segmentasi tertentu.
 2. Media Perolehan kriteria sasaran memerlukan studi kelayakan media yang mengidentifikasi saluran yang tepat dan efisien untuk mencapai tujuan.
 3. Konsep atau pengertian. Selain melakukan rangkaian wawancara, diskusi, dan wawancara yang ekstensif, pencarian ide-ide kreatif memerlukan studi banding untuk

memastikan bahwa desain diterima secara efektif oleh khalayak sasaran.

4. Desain dan penyiapan data. Proses memilih dan memilih data teks atau gambar. Prioritas data ini ditentukan oleh signifikansinya; dinilai apakah informasi tertentu harus disajikan secara lebih ringkas atau tidak sama sekali. Data informatif dan estetika adalah jenis data.
5. Perubahan Revisi dilaksanakan apabila terdapat ketidakkonsistenan atau tambahan modifikasi dibandingkan dengan rencana awal.
6. Final Artwork Hasil desain akhir yang disebut dengan ultimate Artwork (FA) telah mendapat persetujuan klien dan akan dilanjutkan ke tahap produksi.

b. Produksi

Realisasi konsep-konsep yang dikandung pada masa praproduksi terjadi agar dapat dipamerkan kepada penonton.

c. Pasca Produksi

Semua kegiatan dilakukan setelah tahap produksi hingga semua konten atau materi siap untuk dipublikasikan.