

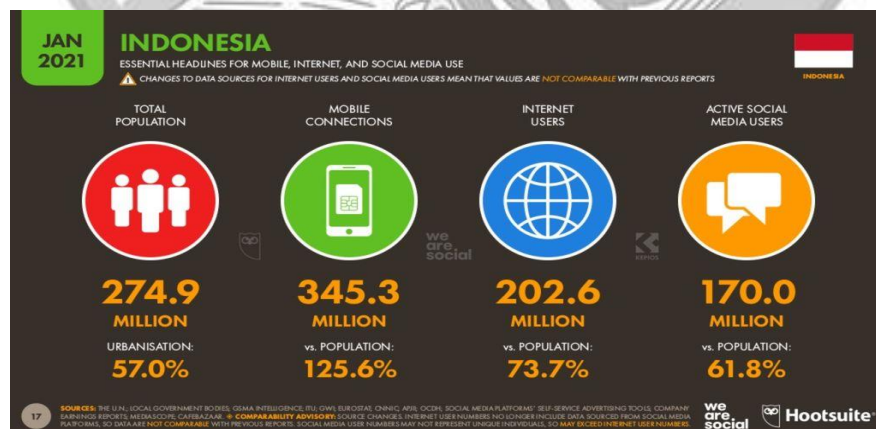
BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, teknologi semakin canggih dan sebagian besar manusia menjadi sangat sulit untuk lepas dari teknologi. Perkembangan teknologi dalam kehidupan sehari-hari dapat ditemukan secara nyata. Menurut Aji Supriyanto (2005) di masa ini dengan adanya internet, manusia seolah-olah bisa menggenggam dunia. Segala sesuatu yang dibutuhkan oleh manusia ada di internet baik itu yang berbayar maupun secara gratis. Keberadaan internet ini memudahkan berbagai aktivitas manusia yang berhubungan dengan teknologi.

Dewasa ini, jumlah pengguna internet setiap harinya mengalami peningkatan. Menurut Darmawan (2014) internet merupakan jaringan komunikasi dalam skala dunia yang memungkinkan komunikasi bisa terjadi secara cepat dan luas. Internet ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai kalangan masyarakat untuk melakukan kegiatan komunikasi.



Gambar 1. 1 Menunjukkan pengguna internet di Indonesia
Sumber : We Are Social 2021

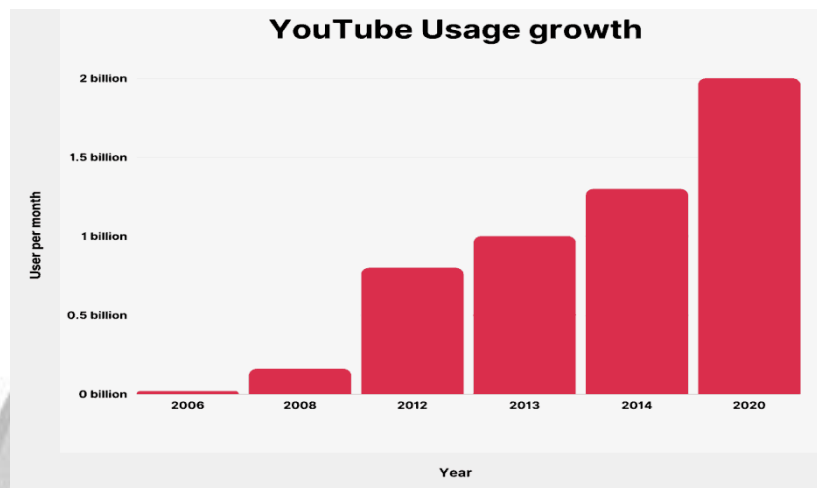
Gambar 1.1 telah memberi gambaran bahwa jumlah pengguna internet Indonesia terus meningkat dan mengalami pertumbuhan. Berdasarkan hasil laporan terbaru *Hootsuite* dan *We Are Social*, pengguna internet Indonesia mencapai 202,6 juta orang hingga Januari 2021. Bila dibandingkan dengan jumlah pengguna internet pada tahun 2020, ada kenaikan 15,5% atau lebih dari 27 juta orang dalam 12 bulan terakhir. Bahkan dari jumlah pengguna internet tersebut diantaranya terdapat pengguna media sosial yang tercatat mencapai 170 juta orang hingga Januari 2021.

Istilah media sosial dikenal melalui proses dan perkembangannya fitur internet. Media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna dan memfasilitasi mereka dalam beraktivitas, maka dari itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang dapat menyambungkan hubungan antar pengguna maupun memperkuat hubungan tersebut. Nasrullah (2015). Dewasa ini, telah hadir banyak *platform* media sosial dengan beragam fitur yang dapat memudahkan kegiatan berkomunikasi.

Pengguna media sosial dari tahun ke tahun di Indonesia terus meningkat. YouTube menjadi media sosial yang sangat diminati oleh rakyat Indonesia. YouTube adalah sebuah situs web *Video sharing* yang populer di mana para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis. YouTube didirikan pada bulan Februari 2005 oleh 3 orang mantan karyawan *Paypal*, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di YouTube adalah *Video Klip Film*, *TV*, serta beberapa unggahan *Video* dari para penggunanya sendiri (Naser, 2021). YouTube sendiri sangat diminati karena aplikasinya yang mudah diakses.

Dewasa ini, masyarakat Indonesia dalam penggunaan media sosial

diantaranya YouTube dan selain itu beberapa masyarakat Indonesia juga banyak menggunakan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram. Meskipun banyaknya jenis media sosial yang ada YouTube tetap menjadi media sosial yang paling digemari.

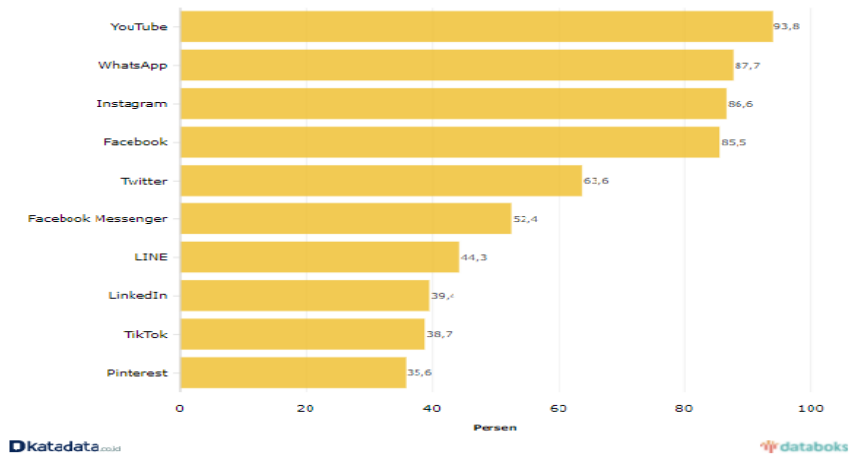


Gambar 1. 2 Pertumbuhan Pengguna YouTube dari Tahun ke Tahun
Sumber : USA Today

Berdasarkan data di atas yang bersumber dari USA Today dapat dilihat pada gambar 1.2 menunjukkan bahwa perkembangan pengguna YouTube dari tahun ke tahun kian meningkat. Pengguna YouTube masih sangat sedikit pada tahun 2006 dan mulai bertambah pada tahun 2008. Hingga pada tahun 2020 pengguna YouTube akhirnya mencapai 2 milyar orang. Dengan sifatnya yang fleksibel yang membuat penonton atau penikmat dari YouTube dapat mengaksesnya dimana saja, kapan saja dan oleh siapa saja melalui smart phone, tablet ataupun komputer. Bahkan hal ini diperkuat dengan adanya persentase pengguna media sosial di umur 16-64 tahun di Indonesia pada tahun 2020 berikut hasilnya :

Persentase Akses Media Sosial oleh Pengguna Internet Usia 16-64 Tahun di Indonesia (2020)

Sumber : We Are Social, Januari 2021



Gambar 1. 3 hasil persentase pengguna media sosial usia 16-64 tahun di Indonesia (2020)
Sumber : Databoks

Sebagai salah satu penyedia informasi dalam bentuk video, akses terhadap YouTube tidak hanya dilakukan oleh orang dewasa namun juga pada kalangan anak-anak. Rohman (2013) berpendapat bahwa kemudahan untuk mengakses informasi yang ditawarkan oleh YouTube membuat anak-anak cenderung kesulitan memilih hal yang memang disajikan untuk anak-anak atau untuk orang dewasa.

Dengan pengaksesan dan peraihan penghasilan yang mudah membuat YouTube menjadi salah satu lahan pekerjaan baru yang biasa disebut dengan *Content Creator* atau *YouTuber*. *Content Creator* adalah seseorang yang memiliki kontribusi dalam memberikan informasi ke berbagai jenis media, termasuk media digital yang akan digunakan dalam konteks tertentu Salsabila (2021). Konten adalah materi yang digunakan seseorang untuk dapat mengekspresikan dirinya dan dipublikasikan kepada publik melalui media seperti tulisan atau seni. Ciri dari seorang konten kreator ialah mengelola dan memperbaharui situs web seperti blog,

artikel, fotografi, videografi, mengelola media sosial, mengedit, dan mendistribusikannya di media digital.

Content Creator di Indonesia sendiri sangat beragam, mulai dari food blogger, traveling blogger, bahkan ada juga *Content creator* di bidang *E-Sport*. Harsan (2011, h.40) menuliskan bahwa “*E-Sport* tentunya terdapat berbagai macam jenis genre *game* yakni mulai dari RPG (*Role Play Game*), Puzzle, hingga , MOBA (*Multiplayer Online Battle Arena*).”

PT Inovasi Pilihan Indonesia adalah perusahaan media digital yang bertujuan untuk memberikan informasi terkait *E-Sport* pertama yang menggambarkan sebuah media dan budaya olahraga elektronik di Indonesia dalam satu platform. PT Inovasi Pilihan Indonesia dikenalkan kepada publik dengan nama SPIN Esports yang telah berdiri sejak tahun 2019. PT Inovasi Pilihan Indonesia memiliki tujuan untuk membagikan pengalaman terbaik untuk para penggemar olahraga elektronik.

Pemegang ditempatkan sebagai *Content Creator* yang diberikan tugas dalam merencanakan, memantau, sekaligus melakukan unggahan pada media sosial atau akun YouTube dan Instagram SPIN Esports. Pemegang diberikan tugas sesuai dengan konsep dari *Content Creator* itu sendiri yang dimana harus bisa menciptakan konten menarik. Pemegang menciptakan konten-konten yang harusnya berhubungan dan sesuai dengan kegiatan SPIN Esports.

Berdasarkan data diatas dapat terlihat media sosial di Indonesia seperti YouTube dan Instagram sangat berkembang pesat dan banyak peminatnya. Perkembangan YouTube di Indonesia mampu menyaingi industri hiburan yang tayang dalam televisi. Hal ini membuat pemegang tertarik untuk mempelajari aktivitas *Content Creator* di PT Inovasi Pilihan Indonesia. Hal ini yang mendasari

pemegang untuk melakukan pelatihan kerja yang berjudul “**Aktivitas *Content Creator* Dalam Pembuatan Konten Di Akun Media Sosial PT Inovasi Pilihan Indonesia**”.

I.2 Tujuan Magang

1. Untuk mempelajari aktivitas proses pembuatan konten di PT Inovasi Pilihan Indonesia.
2. Untuk mengetahui peranan *Content Creator* di PT INOVASI Pilihan Indonesia.
3. Untuk menerapkan konsep yang telah dipelajari pada PT INOVASI Pilihan Indonesia.

I.3 Ruang Lingkup dan Batasan

Dalam pelaksanaan magang, pemegang bekerja dalam program yang di buat oleh PT INOVASI Pilihan Indonesia. Pada program YouTube PT Inovasi Pilihan Indonesia, pemegang bekerja sebagai *Content Creator*. Dalam menjalani magang, tugas dari pemegang adalah membuat konten dan script untuk ditampilkan pada akun YouTube PT Inovasi Pilihan Indonesia. Juga pemegang bertugas sebagai *talent* yang akan menyampaikan berita seputar *E-sport* dalam akun YouTube PT INOVASI Pilihan Indonesia.

I.4 Lokasi dan Waktu Magang

Pemegang melaksanakan program magang di PT Inovasi Pilihan Indonesia, Jl. Tentara Pelajar Rukan Permata No. 21, RT.2/RW.6, Senayan, Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta 12210. Sedangkan waktu pemegang wajib menyelesaikan selama 4 (empat) bulan. Waktu pelaksanaan

kegiatan magang yang dilakukan oleh pemegang terhitung dari tanggal 1 Mei 2021 s/d 7 September 2021 Dengan jam kerja dan prosedur yang telah diberlakukan oleh perusahaan yaitu setiap hari Senin hingga Jumat, dimulai pukul 10.00 – 18.00 WIB. Namun pada saat PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) diberlakukannya *work from home*.

