



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era globalisasi saat ini segala sesuatu terus berevolusi dan berkembang, terutama pada bidang teknologi dan komunikasi yang membuat seseorang merasa bahwa dia harus ikut serta dalam perkembangan arus tersebut. Saat ini kegiatan manusia di era globalisasi pun tidak lepas dari penggunaan teknologi, ditambah lagi adanya pengaruh dari pandemi COVID-19 yang menjadikan segala kegiatan dilakukan secara *online*. Dampak ketergantungan dengan teknologi dan media sosial ini sudah tidak menjadi hal yang tabu lagi bagi seseorang.

Komalasari (2020) menyatakan bahwa masyarakat saat ini telah menerima begitu saja teknologi informasi dan komunikasi modern yang bahkan tidak dapat diakses di beberapa dekade sebelumnya. Saat ini telah muncul berbagai teknologi digital yang dapat digunakan untuk menambah, meningkatkan, dan membantu melakukan berbagai hal. Dengan adanya perkembangan di bidang teknologi ini, membuat proses komunikasi dan gaya hidup masyarakat berubah. Keberadaan media sosial adalah contoh dari perkembangan teknologi saat ini, yang pastinya memengaruhi proses komunikasi dan gaya hidup setiap orang.

Media sosial adalah salah satu contoh dari perkembangan teknologi di bidang komunikasi. Media sosial telah mengubah cara berkomunikasi setiap orang dalam melakukan pekerjaan mereka terkait dengan berkomunikasi dengan publik, baik yang dilakukan secara individu maupun ditingkat perusahaan. Media sosial adalah aplikasi ataupun *website* yang berbasis internet dan memungkinkan semua penggunanya dapat berinteraksi satu sama lain dengan cara menciptakan atau mengunggah konten dalam bentuk informasi secara visual atau audio visual, lalu membagikannya ke khalayak luas. Media sosial menawarkan para pengguna untuk dapat saling berbagi ataupun menerima informasi dari pengguna lainnya.

Banyumurti (2018) menyatakan media sosial saat ini semakin berkembang dan memiliki jangkauan yang sangat luas dalam hal penyampaian informasi dan komunikasi, menjadikan salah satu alasan mengapa seseorang bergantung dengan media sosial. Ketergantungan seseorang dalam penggunaan media sosial dapat dilihat dari ketertarikan dan gaya hidup seseorang yang semakin modern dan beraneka ragam. Hal ini dapat terjadi karena di era digital, seseorang menjadi lebih mudah mengakses informasi dan lebih *update* tentang peradaban manusia pada saat ini. Selain perbedaan ketertarikan dan gaya hidup, kebiasaan seseorang dalam beraktivitas sehari-hari pun turut berubah seiring dengan perkembangan media sosial. Kegiatan yang melibatkan komunikasi, seperti rapat, dakwah, maupun motivasi dapat dilakukan hanya dengan mengakses *platform* media sosial yang sudah semakin modern. Media sosial seperti Facebook, Twitter, TikTok, Instagram dan Youtube menjadi beberapa contoh media sosial yang keberadaannya sangat dekat dengan masyarakat saat ini.

Saat ini banyak jenis media sosial yang digunakan, setiap media sosial memiliki fungsi dan target penggunanya masing-masing. Dilihat dari keberadaan media sosial tersebut, saat ini media sosial Instagram dan Youtube menjadi salah satu *platform* yang banyak dimiliki dan digunakan oleh berbagai kalangan usia. Konten yang diunggah di *platform* Instagram dan Youtube pun sangat beraneka ragam, sehingga memungkinkan para pengguna menerima berbagai jenis informasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Instagram atau biasa disingkat IG atau Insta adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk dapat berbagi foto dan video. Instagram juga memungkinkan para penggunanya untuk dapat mengambil foto, mengambil video, menerapkan *filter*, melakukan like, komen, dan berkiriman pesan, serta membagikannya ke berbagai layanan jejaring media sosial lainnya termasuk milik Instagram sendiri.

Media sosial Youtube memiliki perbedaan jenis dan fitur dengan media sosial Instagram. Youtube adalah sebuah situs *web* yang didalamnya dapat membagikan jenis konten video. Youtube dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Situs *web* ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi berbagai jenis konten video. Perusahaan Youtube menggunakan jenis teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk dapat menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna atau kreator, seperti klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu, konten amatir seperti *blog* video atau sering disebut *vlog*, video orisinal pendek, dan video tutorial juga ada dalam situs ini. Para pengguna *platform* media sosial Instagram dan Youtube saat ini telah banyak dan telah membagikan jenis konten yang beragam pula. Tidak hanya media untuk berkomunikasi, media sosial pun telah berkembang menjadi media yang digunakan sebagai wadah untuk dapat menuangkan sebuah karya dan kreativitas para penggunanya.

Ramadani (2019) menyatakan bahwa media sosial hadir dan merubah paradigma proses komunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi sendiri sangat tak terbatas oleh jarak, waktu, serta ruang. Komunikasi pun bisa terjadi dimana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka. Media sosial semakin banyak digunakan dan pada akhirnya dapat menimbulkan beberapa konsekuensi. Maka dari itu, setiap pengguna media sosial harus bijak dalam menggunakan, mengunggah, dan menanggapi berbagai konten di media sosial.

Watie (2011) menyebutkan pula adanya pengaruh yang dapat timbul akibat dari penggunaan media sosial, seperti semakin mudahnya setiap individu untuk dapat mengemukakan pendapat di media sosial, baik pendapat yang baik maupun pendapat buruk. Pengguna harus dapat mengendalikan diri agar tepat dan sesuai dalam menggunakan segala kegiatan di media sosial.

PT Digital Rantai Maya pun menjadi salah satu instansi yang menggunakan media sosial Instagram dan Youtube sebagai wadah serta media perantara untuk menyampaikan informasi terkait konten dan karya yang dimiliki oleh para *Creator*-nya. PT Digital Rantai Maya merupakan instansi yang bergerak dibidang entertainment dan hiburan. Tujuan utama yang dimiliki oleh PT Digital Rantai Maya adalah untuk dapat membantu para *Creator* di dalam labelnya untuk dapat menyebarkan informasi, melakukan promosi, interaksi, dan komunikasi secara baik dan aktif kepada *audiens* di *platform* media sosialnya.

PT Digital Rantai Maya menjadikan pengguna media sosial yang khususnya merupakan penggemar atau *audiens* dari para *Creator*-nya sebagai sasaran utama penyebaran konten. Nantinya para *audiens* inilah yang membantu meningkatkan promosi serta meningkatkan citra positif para *Creator*. Instagram dan Youtube merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia, hal ini yang menjadikan alasan utama mengapa kedua media sosial ini dipilih oleh PT Digital Rantai Maya untuk membantu proses publikasi informasi para *Creator*.



Konten yang diunggah *Creator* di media sosial Instagram dan Youtube berisikan hasil karya kegiatan, hingga promosi yang dilakukan oleh para *Creator* dengan tujuan menarik perhatian, menghibur, dan mengajak para *audiens* atau penggemar *Creator* untuk berinteraksi bersama.

Menurut Coach (2020) *Creator* adalah sebuah profesi yang bertugas membuat suatu konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten-konten tersebut dibuat untuk media, terutama media digital seperti, Youtube, Snapchat, Instagram, WordPress, Blogger, dan Website. Kreativitas seorang *Creator* sangat dibutuhkan di era digital saat ini. *Creator* diwajibkan dapat membuat sebuah konten, karya, hingga kegiatan yang dapat menarik perhatian khalayak di media sosial, seperti halnya pembuatan konten di media sosial Instagram dan Youtube PT Digital Rantai Maya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tugas Divisi *Creative* dalam pembuatan *caption* dan *report* media sosial *Creator* PT Digital Rantai Maya?
2. Apa hambatan dan solusi Divisi *Creative* pada proses pembuatan *caption* dan *report* media sosial *Creator* PT Digital Rantai Maya?



Tujuan

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah dibuat, maka tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan tugas yang dilakukan Divisi *Creative* dalam pembuatan *caption* dan *report* media sosial *Creator* PT Digital Rantai Maya.
2. Mengidentifikasi hambatan dan solusi yang dimiliki Divisi *Creative* saat pembuatan *caption* dan *report* media sosial *Creator* PT Digital Rantai Maya.

METODE

Lokasi dan Waktu PKL

Lokasi dan waktu pada proses pengumpulan data Laporan Akhir ini dilakukan selama masa Praktek Kerja Lapang yang dilakukan di PT Digital Rantai Maya yang berlokasi di SCTV tower, Kantor SCTV lantai 11, Senayan City, Jl. Asia Afrika No. LOT 19, RT.1/RW.3, Gelora, Tanah Abang, Jakarta Pusat. Praktek Kerja Lapang dilakukan secara *Work From Home* (WFH) atau secara dari Daring dari kediaman penulis di Jl. Pabrik Kulit No. 87 RT.03/RW.07 Kelurahan Pakansari, Kecamatan Cibinong, Kabupaten Bogor. Pengumpulan data untuk Laporan Akhir ini dilaksanakan selama masa PKL kurang lebih selama dua bulan, terhitung sejak tanggal 1 Februari 2022 sampai dengan tanggal 1 April 2022, dengan pelaksanaan kerja setiap hari Senin sampai Jumat mulai pukul 09.00 –18.00 WIB.

Data dan Instrumen

Menurut Bungin (2017) Data dibagi menjadi dua jenis berdasarkan sumbernya, yaitu data primer dan sekunder. Adapun jenis data dan instrumen yang digunakan dalam penyusunan Laporan Akhir ini sebagai berikut: