



# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri dan membutuhkan interaksi dengan orang lain dalam hidupnya. Interaksi yang paling penting dalam bermasyarakat adalah berkomunikasi. Komunikasi menjadi salah satu hal yang tidak bisa terlepas dari kehidupan manusia karena seluruh interaksi dimulai dengan adanya pertukaran informasi melalui komunikasi. Menurut Putri (2017:32) pandangan komunikasi sebagai interaksi menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi reaksi, yang arahnya bergantian.

Sebelum dunia semakin modern, zaman terdahulu proses komunikasi masih sangat sederhana yakni hanya bisa dilakukan secara langsung melalui tatap muka, seiring dengan perkembangan zaman, komunikasi kini bisa dilakukan dimana pun dan dengan siapapun dengan sangat mudah.

Modernisasi memberikan dampak kepada seluruh aspek kehidupan termasuk berkomunikasi. Dengan adanya modernisasi teknologi membuat proses berkomunikasi semakin berkembang. Mengikuti perkembangan zaman, media dalam berkomunikasi pun turut berubah. Media-media terdahulu seperti media cetak dan penyairan kini berubah menjadi media digital.

Media digital kini menjadi media yang paling banyak digunakan sebagai media untuk berkomunikasi. Menurut Ardan (2020:21) media adalah seluruh bentuk dan saluran yang dipergunakan untuk menyampaikan suatu informasi atau pesan. Media digital membuat proses komunikasi menjadi lebih mudah. Media digital sangat erat kaitannya dengan internet karena prosesnya akan dibagikan dan disebarluaskan melalui internet dan dapat diakses oleh siapapun, kapanpun, dan dimanapun dalam waktu yang sama. Menurut Nasrullah (2008:77) kemunculan teknologi internet memberikan arah baru bahkan telah menjadi penanda dalam evolusi baru dalam kehidupan manusia. Internet telah menjadi perantara dan pengganti keberadaan manusia, misalnya dalam pekerjaan. Penemuan teknologi semakin canggih dan maju menyebabkan munculnya teknologi baru dalam industri.

Pengaksesan informasi yang berada di media digital bisa diakses melalui website, blog, dan media sosial yang berbentuk gambar dan video digital, audio digital, dan lain-lain. Media sosial menjadi salah satu media digital yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Dengan adanya media sosial yang merupakan wujud dari kemajuan teknologi dan informasi memberikan kemudahan bagi manusia untuk mengetahui segala informasi dari berbagai penjuru dunia. Menurut Nasrullah (2018:1) kemajuan teknologi dan informasi serta semakin canggihnya perangkat-perangkat yang diproduksi oleh industri seperti menghadirkan “dunia dalam genggaman”.

Media sosial dipilih menjadi media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat karena di dalam media sosial memberikan kebebasan penggunaannya dalam menampilkan bagaimana jati dirinya dalam bermedia sosial dan berhubungan dengan pengguna lainnya. Menurut Nasrullah (2018:11-25) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan secara virtual.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekadar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti tanda jempol “like”.

Unggahan yang dipublikasikan di media sosial berupa sebuah konten berisi informasi yang akan disampaikan kepada audiens. Menurut Husna (2019) konten digital adalah konten yang dapat dibuat dalam berbagai bentuk atau format, berbentuk tulisan, video, gambar, audio atau kombinasi yang sudah melalui proses digitalisasi, sehingga dapat disimpan, dibaca dan dapat di aplikasikan di mesin digital, dan mudah di bagikan di media digital maupun online. Sebuah konten juga mengandung informasi yang telah dikemas sedemikian rupa yang akan disampaikan kepada audiensnya.

Menurut Sugiana. (2019:181) hampir setiap aspek kehidupan kita sehari-hari semakin dimediasi melalui berbagai bentuk konten digital antara lain ; akses ke pengetahuan, ekspresi budaya, hubungan interpersonal, pekerjaan, politik, dan bahkan perdagangan.

Semakin banyaknya konten yang diunggah ke media sosial, kreator atau yang juga dikenal sebagai pembuat konten menjadi salah satu pekerjaan yang kini sangat digemari oleh muda-mudi. Pekerjaan sebagai *content creator* kini digemari oleh muda-mudi karena pekerjaan tersebut memberikan kebebasan untuk mengekspresikan ide yang dimiliki se kreatif mungkin. Ide tersebut kemudian akan direalisasikan menjadi sebuah konten yang dibuat oleh seorang *content creator*.

Konten yang dibuat oleh seorang *content creator* memiliki pesan khusus yang akan disampaikan kepada audiens. Salah satu keberhasilan sebuah konten adalah jika konten tersebut mendapatkan perhatian dari audiens. Menurut Morrison (2008:264) audien adalah faktor yang paling penting bagi media karena audiens adalah konsumen media. Keberhasilan suatu media sangat ditentukan oleh seberapa besar media bersangkutan bisa memperoleh pembacanya, pendengar, dan penonton.

*Content creator* dibutuhkan oleh unit DSW untuk membantu meningkatkan penjualan *digital product* dari Indihome. Sejak diterapkannya kebijakan terbaru dari pihak management Telkom Indonesia untuk melepas *bundling add on digital product* dari paket Indihome, menyebabkan *digital product* sudah tidak lagi bisa didapatkan secara gratis oleh pelanggan Indihome, hal tersebut membuat *digital product* dilupakan oleh pelanggan Indihome dan penjualannya semakin menurun dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Saat masih diberikan secara gratis pun masih banyak pelanggan Indihome yang belum mengetahui bahwa mereka bisa menggunakan *add on* tersebut.

Banyaknya pelanggan Indihome yang masih belum mengetahui adanya *digital product*, cara pemakaian, dan manfaatnya itulah yang menyebabkan kurangnya atensi dari pelanggan atas informasi seputar *digital product* Indihome. Atas bantuan dari *content creator* dalam menciptakan berbagai konten tentang *digital product* Indihome akan membantu para pelanggan Indihome sebagai audiens untuk mengetahui bahkan berlangganan *digital product* tersebut.

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Pemanfaatan konten sebagai salah satu upaya untuk memberikan edukasi dan meningkatkan penjualan pun juga dilakukan oleh Telkom Indonesia Witel Bogor tepatnya di unit *Digital Service and Wifi* (DSW) dalam rangka mengenalkan unit DSW serta meningkatkan *branding digital product*.

Oleh karena itu, untuk mengetahui informasi lebih lanjut mengenai bagaimana peran *content creator* dalam proses pembuatan konten di unit *Digital Service and Wifi* Telkom Indonesia Witel Bogor dan untuk memenuhi laporan Tugas Akhir, penulis mengambil judul “PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM PROSES PEMBUATAN KONTEN UNIT DIGITAL SERVICE AND WIFI DI TELKOM INDONESIA WITEL BOGOR”.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Makalah Seminar Laporan Akhir ini meliputi:

- 1) Apa peran *content creator* dalam proses pembuatan konten di unit *Digital Service and Wifi* Telkom Indonesia Witel Bogor?
- 2) Bagaimana proses pembuatan konten di unit *Digital Service and Wifi* Telkom Indonesia Witel Bogor?
- 3) Apa saja hambatan dan solusi yang dihadapi *content creator* dalam proses pembuatan konten di unit *Digital Service and Wifi* Telkom Indonesia Witel Bogor?

### Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka tujuan yang akan dibahas pada Makalah Seminar Laporan Akhir ini meliputi:

- 1) Menjelaskan apa peran *content creator* di unit *Digital Service and Wifi* Telkom Indonesia Witel Bogor.
- 2) Menjelaskan proses pembuatan konten di unit *Digital Service and Wifi* di Telkom Indonesia Witel Bogor.
- 3) Menjelaskan hambatan yang dihadapi dan solusi yang dilakukan oleh *content creator* dalam proses pembuatan konten di unit *Digital Service and Wifi* di Telkom Indonesia Witel Bogor.

### METODE

#### Lokasi dan Waktu PKL

Pengumpulan data dilakukan pada saat PKL yang berlangsung selama tiga bulan dimulai sejak tanggal 07 Februari hingga 28 April 2022. Pelaksanaan PKL ini dilaksanakan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Mahasiswa Sekolah Vokasi IPB University. Kegiatan PKL ini dilaksanakan di:

Nama Instansi : PT Telekomunikasi Indonesia (Witel Bogor)  
 Alamat Instansi : Jl. Raya Pajajaran No.84, Bantarjati, Bogor Utara, Kota Bogor, Jawa Barat 16153  
 Departemen : *Digital Service and Wifi* (DSW)