

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat membuat semua orang mendapatkan kemudahan dalam mengerjakan pekerjaannya, terutama dalam berkomunikasi. Komunikasi adalah upaya proses yang berhubungan dari mengkreasikan dan menginterpretasikan pesan yang menimbulkan respon. Salah satu perkembangan teknologi informasi adalah teknologi internet yang memungkinkan berkiriman data dan informasi yang dibutuhkan dari mana saja, kapan saja, dan dari siapa saja dalam waktu yang singkat serta instan. Penggunaan teknologi internet paling sering digunakan saat ini yaitu pada media sosial.

Meningkatnya jumlah pengguna internet membuat media sosial bertransformasi sebagai salah satu sumber informasi yang akrab dengan masyarakat. Media sosial adalah media berupa situs dan aplikasi yang melibatkan teknologi internet yang mendorong dan memungkinkan penggunanya saling terhubung dengan siapa saja, baik orang terdekat hingga orang asing yang tidak pernah dikenal sebelumnya (Triastuti 2017 : 16). Media sosial dapat dilihat sebagai medium (*fasilitator*) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Data Kementerian Komunikasi dan Informasi Republik Indonesia menunjukkan penggunaan internet di Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang (Kominfo : 2020). Angka tersebut 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring media sosial. Dibalik angka tersebut, merupakan kekayaan informasi tentang pelanggan siapa mereka dan apa yang mereka sukai. Penggunaan media sosial membuat bidang ekonomi dan bisnis terus berkembang sebagai saluran yang efektif. Media sosial sendiri menawarkan keunggulan dan solusi yang lebih cepat, tepat dan efisien dalam bertukar informasi.

Media sosial yang populer di era internet sekarang salah satunya adalah media sosial Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya (Atmoko 2012 : 10). Penggunaan Instagram sudah dijadikan sebagai *platform* berbisnis, pembentukan *product branding*, *personal branding* dan *corporate branding*. Hal tersebut memerlukan peranan seorang kreator, yang bertugas untuk merancang ide hingga implementasi konten ke dalam media digital.

Kreator berasal dari kosakata Inggris *creator* artinya orang yang menciptakan sesuatu (KBBI), salah satunya adalah kreator konten atau *content creator*. Menurut Sayugi dalam Hermawan (2018 : 3) kreator konten merupakan profesi membuat suatu konten baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Menurut Street dalam Hermawan (2018 : 4) seorang kreator yang sukses diharapkan mampu mengatur jadwal, mengetahui industri yang dibuat kontennya, mempunyai gaya penulisan yang *up to date*, berpikir seperti *audiens*, dan mempunyai jaringan yang luas.



Tugas dari kreator adalah mengumpulkan ide, data, dan melakukan riset serta membuat konsep untuk menghasilkan suatu konten yang sesuai dengan identitas perusahaan dan *branding* yang diinginkan serta berusaha memenuhi tujuan yang disepakati dari sebuah konten. Kreator menentukan tujuan dari sebuah konten yang dibuat apakah untuk tujuan promosi, edukasi, menghibur atau memberi informasi. Penyesuaian konten dengan *platform* media yang akan digunakan menjadi hal penting lainnya yang harus dipahami seorang kreator. Seorang kreator bisa menghasilkan karya untuk *multi-platform*, dan mengevaluasi konten yang telah ditayangkan. Di era revolusi industri 4.0 yang serba menggunakan teknologi seperti sekarang ini, profesi kreator dianggap salah satu profesi yang menarik dan sangat menguntungkan karena dibutuhkan di berbagai tempat salah satunya pada industri kreatif digital terutama di Digital Innovation Lounge Bogor.

Digital Innovation Lounge Bogor yang bergerak dibidang industri kreatif digital saat ini juga tidak lepas dari pemanfaatan media sosial Instagram. Digital Innovation Lounge Bogor membutuhkan peran kreator dalam membuat konten pada media sosial Instagram baik berupa gambar, video, maupun tulisan. Kreativitas sangat dibutuhkan dalam menciptakan konten-konten yang kreatif dan inovatif guna menarik perhatian pengguna Instagram.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka beberapa rumusan masalah yang akan menjadi pembahasan pada Laporan Akhir ini yaitu:

- 1) Bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram di Digital Innovation Lounge Bogor ?
- 2) Bagaimana peran kreator pada media sosial Instagram dalam proses pembuatan konten di Digital Innovation Lounge Bogor ?

Tujuan

Laporan Akhir sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada Program Studi Komunikasi Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Tujuan yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini berdasarkan dua perumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini yaitu:

- 1) Menjelaskan Digital Innovation Lounge Bogor dalam memanfaatkan media sosial Instagram.
- 2) Menjelaskan peran kreator pada media sosial Instagram dalam proses pembuatan konten di Digital Innovation Lounge Bogor.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengambilan data Laporan Akhir dilaksanakan di Digital Innovation Lounge Bogor yang bertempat di Gedung OPMC Telkom Jl. Padjajaran No.39 RT.04 RW.06 Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat

