

1. PENDAHULUAN

Industri konten digital merupakan industri yang tercipta dari perkembangan teknologi bidang digital. Secara konsep, konten digital memenuhi konten grafis, suara, gambar, teks dan lainnya (Jiang, Qing & Lee, 2010, hal. 35). Tema industri konten digital mencakup banyak hal seperti layanan internet, animasi, video game, pendidikan digital ataupun visual kreatif lainnya. Industri kreatif dapat disebutkan juga sebagai industri konten digital bila mengunggahnya secara digital.

Terdapat tiga komponen umum dalam ekosistem konten digital antara lain, konsumsi, distribusi dan produksi (Jung, 2007, hal. 63). Ketiga hal tersebut berkembang terus bersama dengan perkembangan era digital yang merubah model bisnis industri. Sehingga memungkinkan industri konten digital tersebut melakukan kolaborasi, hal tersebut mendorong kemampuan industri konten digital yang lebih kreatif, efektif dan efisien. Melalui kolaborasi, pelaku konten digital atau *content creator* dapat lebih memanfaatkan platform media sosial menjadi sebuah komunitas dan menjangkau pasar penonton yang lebih luas.

Salah satu *platform* konten digital adalah YouTube, salah satu media sosial yang banyak di gunakan oleh siapa pun baik penonton maupun *content creator*. YouTube mengkategorikan konten berdasarkan genre seperti *Entertainment, music, gaming, comedy and style*. Hal tersebut di bedakan biar penonton dapat mudah menemukan konten digital kesukaannya. Untuk bertahan di industri kreatif, *content creator* akan melakukan inovasi seperti ide konten yang baru, gaya produksi atau *editing* yang berbeda serta persona karakteristik dari *content creator* tersebut. Salah satu cara *content creator* untuk berkembang adalah melakukan kolaborasi dengan *content creator* lainnya. Konsep kolaborasi dan inovasi yang muncul dalam industri konten digital dinilai menjadi *building block* terhadap keberlanjutan industri tersebut (Rupo et al, 2008, hal. 48).

Gahan (2015) seorang pakar media sosial menjelaskan ada tiga langkah untuk meraih keberhasilan di *platform* YouTube. Menjadi sumber hiburan dengan konten yang original adalah yang pertama. Kedua adalah konsistensi dalam mengunggah konten digital tersebut. Terakhir adalah melakukan kolaborasi dengan *content creator* lainnya yang memiliki *followers* maupun *subscribers* yang lebih besar. Hal ini membuat kedua *content creator* tersebut lebih terekspos dalam berkolaborasi.

Dengan memanfaatkan YouTube sebagai *platform* utama untuk menghasilkan konten digital, *content creator* di harapkan dapat mengembangkan *insight* mereka juga dalam berkonten. *Insight* dalam YouTube antara lain jumlah *views*, *likes*, *dislike*, *traffic sources* dan komentar yang ada dalam konten tersebut. *Insight* adalah hubungan emosional antara *audience* dengan pelaku industri yang ada dalam media sosial. *Audience* memberikan kontribusi mereka melalui interaksi pada konten tersebut seperti jumlah tayangan, jumlah menyukai, dan mengomentari ulasan konten tersebut baik ataupun buruk. *Insight* memperlihatkan ukuran keberhasilan *content creator* memanfaatkan aktivitas media sosial mereka salah satunya adalah YouTube (Rupo et al, 2008, hal. 48).

Insight berupa statistik video menjadi subjek penelitian yang akan di lakukan penulis dalam menjelaskan bagaimana pengaruh kolaborasi terhadap *insight content creator* yang ada di PT. Merah Kreasi Indonesia. Perusahaan tersebut adalah manajemen yang menaungi beberapa *content creator* dalam menciptakan *digital content*. Hingga sekarang, perusahaan tersebut menaungi 9 *content creator* menciptakan konten digital melalui *platform* Instagram dan YouTube. Kolaborasi adalah strategi utama perusahaan untuk menjangkau *audience* yang lebih luas.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.1. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang di jabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah penulis adalah: Bagaimana pengaruh kolaborasi antar *content creator* PT. Merah Kreasi Indonesia terhadap *insight digital content*?

1.2. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah yang telah penulis jabarkan, maka tujuan penelitian ini adalah memperoleh gelar seni dan desain yang menjadi salah satu syarat kelulusan, Menambah wawasan baru dalam bidang keilmuan mengenai *digital content* dan Mengetahui bagaimana pengaruh kolaborasi terhadap peningkatan *insight*.

1.3. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi pemikiran ilmu pengetahuan baru khususnya dalam lingkup media YouTube. Selain itu dalam penelitian ini akan menjabarkan bagaimana strategi kolaborasi konten kreator di Indonesia bisa menjadi salah satu strategi yang penting untuk bertahan di industri konten digital.

