

2. TINJAUAN PUSTAKA

Di era baru yang ditandai dengan perkembangan pesat dari media, penyampaian informasi dalam era digital memiliki ciri dan peran yang sangat luas. Menurut Jurnal Komunikasi berjudul *Persepsi Digital Independent terhadap Pemanfaatan Media Sosial dan Dampak Sosial Ekonominya*, informasi melalui sosial media berbasis situs jejaring bisa disampaikan melalui berbagai macam format seperti tulisan, audio, visual, atau bahkan audio visual. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh karakter informasi dan karakter *platform* yang digunakan dalam menyampaikan pesan. (Hlm. 18)

2.1 Media Baru

Dalam era digital ini, media sebagai tempat penyampaian informasi juga menggunakan berbagai format komunikasi yang baru. Menurut buku karya Andrew Dewdney dan Peter Ride berjudul *The New Media Handbook*, media baru bekerja dengan berbagai bahasa komunikasi sesuai dengan kebutuhannya. Saat ini, selain format tulisan yang terus berjalan, literatur, desain grafis, film, dan fotografi juga dapat menjadi format yang kuat dalam menyampaikan informasi.

Teknik pembuatan film dan pengambilan gambar pun mulai memiliki tujuan baru yaitu menyampaikan informasi. Mulai dari menciptakan pergerakan gambar yang sesuai dengan argumen yang dibawakan, hingga foto jurnalisme yang bertujuan menggambarkan fakta dan informasi tertentu yang ingin disebarluaskan kepada penonton atau konsumennya. (Hlm. 37)

2.2 Audio Visual

Membahas mengenai format media yang baru, audio visual merupakan format yang paling sering digunakan dalam konten media digital. Menurut Dewi Immaniar Desrianti, Untung Rahardja, dan Reni Mulyani dalam jurnal *Audio Visual as One of The Teaching Resources on Learning*, media audio visual adalah perantara yang digunakan untuk menyampaikan materi dengan penyerapan berbasis pendengaran, pandangan, atau keduanya.

Format audio visual memiliki banyak karakteristik khusus yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan proses penyampaian informasi, di antaranya adalah mengatasi keterbatasan pikiran, memperluas imajinasi, dan menggambarkan hal-hal yang abstrak bila dijelaskan secara verbal menjadi lebih nyata dan realistis di pandangan penerima informasi. Keberadaan audio visual sebagai format juga dapat mengurangi kemungkinan salah interpretasi. (Hlm. 127)

2.3 Peran Media Digital

Berbicara mengenai peran media digital, Simon Kemp pada artikel *Digital 2021: The Latest Insights Into The 'State of Digital'*, melampirkan hasil riset yang dilakukan oleh *We Are Social*. Di awal tahun 2021, populasi manusia ada di angka 7,83 miliar, sedangkan pengguna ponsel adalah 5,22 miliar atau 66,6% dari populasi manusia. Dimana 4,66 miliar orang menggunakan internet dan 4,2 miliar di antaranya menggunakan sosial media.

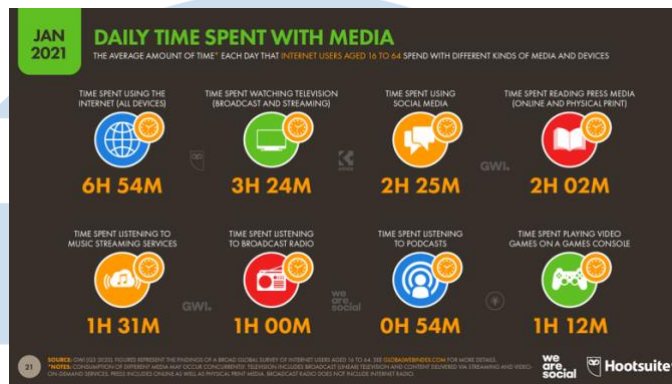
Gambar 2.1 *Digital Around The World*



Sumber: *We Are Social*

Selain itu, riset yang di lakukan oleh *We Are Social* juga menemukan data bahwa rata-rata pengguna internet yang menjadi tempat pertukaran informasi menggunakan internet selama 7 jam per hari. Hal ini termasuk mengkonsumsi *streaming* atau *broadcast*, penggunaan media sosial, musik, radio, dan lain sebagainya. Artinya dalam seminggu 2 hari penuh digunakan untuk menggunakan internet dalam media apapun.

Gambar 2.2 *Daily Time Spent with Media*



Sumber: *We Are Social*

Data yang diumumkan pada bulan Februari tahun 2021 ini menunjukkan bahwa media digital sudah menjadi satu dengan kehidupan manusia. Hampir semua informasi yang didapatkan oleh manusia berasal dari media digital. Oleh karena itu, kebutuhan akan pembuat konten atau kreator sangat besar, yang tentunya menciptakan potensi lapangan kerja yang luas dan berdampak bagi ekonomi negara.

2.4 Kreator Konten Digital

Kreator secara kuantitas dan kualitas tentu berbanding lurus dengan pasar dan lapangan kerja yang terbuka luas. Kreator artinya pembuat, dalam hal ini kreator adalah seseorang yang membuat karya dalam bentuk apapun untuk menyampaikan sesuatu.

Menurut Jazimatul Husna pada jurnal Peran Pustakawan Sebagai Kreator Konten Digital, kreator konten digital mengekspresikan sesuatu melalui media, seperti pidato, menulis, dan berbagai karya seni lainnya untuk mengekspresikan diri, distribusi, dan publikasi. Kreator juga mempunyai konsekuensi dari gagasan dan ekspresinya sehingga harus tetap menghormati hak-hak moral, etika, kredibilitas, dan lain sebagainya dalam setiap karyanya. (Hal. 176 & 177).

2.5 Komunitas

Komunitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kelompok organisme yang hidup dan saling berinteraksi dalam daerah tertentu. Komunitas

juga merupakan kumpulan orang yang menikmati atau berada pada bidang yang sama. Gusti Ayu Wulandari dalam jurnal *Komunitas Sebagai Peluang Baru Pemasaran Sosial* mengatakan bahwa komunitas mengacu pada wadah sekumpulan orang untuk saling berbagi perhatian, masalah, atau kegemaran terhadap sesuatu yang kemudian dikembangkan secara pengetahuan dan keahliannya. (Hal. 120)

Komunitas dapat menjadi tempat untuk mendiskusikan keadaan, aspirasi, dan diskusi yang dilakukan dalam bentuk kelompok sehingga memiliki banyak perspektif dan sudut pandang baru yang berbeda. Komunitas juga dapat menjadi segmentasi atau pembatasan terhadap pasar sehingga mempermudah konsumen baik itu konsumen secara langsung maupun perusahaan yang melakukan penyerapan tenaga kerja. Komunitas dapat menjadi sarana kreator untuk melakukan pemasaran sosial sehingga membuka peluang kerja di masa depan. (Hal. 122)

Menurut Basuki Toto Rahmanto, Siti Nurjanah, dan Ika Suhartanti Darmo dalam penelitian *Peran Komunitas dalam Meningkatkan Kinerja UKM*, terdapat beberapa faktor internal yang berdampak baik pada komunitas. Pertama, aspek SDM (Sumber Daya Manusia) yang juga meliputi pendidikan, pengalaman, keterampilan, dan berbagai hal lain dalam diri setiap anggota. Kemudian ada aspek ekonomi seperti modal, keuntungan, dan hal-hal keuangan lainnya. Berikutnya adalah aspek pemasaran atau distribusi. Serta aspek teknis seperti ketersediaan bahan baku dan pengendalian kualitas. (Hal. 6)

2.6 Kurasi

Annika Wolff dan Paul Mulholland pada jurnal berjudul *Curation, Curation, Curation* mengatakan bahwa kurasi terutama dalam hal konten digital bukan hanya tentang mengumpulkan karya atau kreator yang membuatnya. Kurasi adalah tentang menempatkan karya atau kreator pada konteks yang tepat. (Hlm. 3)

Dalam melakukan kurasi ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Dalam hal ini, ada 5 aspek penting yang digunakan sesuai dengan kebutuhan. Pertama adalah aspek kesesuaian penyampaian cerita, ini berhubungan dengan kesesuaian karya atau kreator terhadap pesan atau informasi yang ingin disampaikan.

Selanjutnya adalah pengumpulan data karya atau portofolio, biasanya hal ini mengacu pada kesesuaian karakter atau aspek visual yang ada. Ketiga adalah pemahaman curator terhadap kebutuhan dan kecocokan gaya berbahasa dan karakter visual dari setiap karya atau kreator. Kemudian, data-data terkumpul dapat dijadikan perbandingan langsung antar karya atau antar kreator. Terakhir, adalah publikasi dari hasil kurasi yang telah dilakukan, publikasi dapat berbentuk pameran karya, penunjukan kreator, dan lain sebagainya. (Hlm. 3-5)

Kurasi berhubungan dengan pemberian lapangan kerja bagi kreator terdaftar di Komunitas Kreator Narasi. Pembagian proyek ditentukan berdasarkan aspek-aspek yang disebut sebelumnya, ditambah dengan ketersediaan kreator, kesesuaian harga yang disepakati, dan hasil evaluasi dari proyek-proyek sebelumnya. Hal ini menjadi penting karena proyek yang sesuai dengan karakter kreator dapat menghasilkan *output* yang lebih optimal. Hasil yang baik akan berpengaruh terhadap kelanjutan karir kreator dan capaian target Narasi sebagai media digital.

2.7 Penelitian Kualitatif

Menurut Ade Heryana pada jurnal Informan dan Pemilihan Informan dalam Penelitian Kualitatif, penelitian kualitatif tidak bertujuan untuk melakukan generalisasi, maka dari itu istilah pengambilan sampel dari populasi diubah menjadi informan sebagai sumber informasi utama. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan informasi mendalam dari suatu topik. (Hlm. 1)

Informan dalam penelitian kualitatif diharapkan untuk memberikan informasi fakta atau kenyataan yang terjadi pada informan itu sendiri sehingga sifat informasi yang didapatkan lebih subjektif karena informan kualitatif harus berdiri sendiri, bukan mewakili suatu organisasi, lembaga, atau lain sebagainya. (Hlm. 2)

Dengan sifat ini, peneliti tidak seharusnya menganggap hasil wawancara sebagai generalisasi terhadap populasi atau masyarakat yang lebih luas. Peneliti harus memilih informan yang memiliki hubungan dengan topik yang diteliti. Analisis bisa dibagi dalam beberapa fokus yaitu fokus kepada orang secara individu atau kelompok kecil, fokus kepada struktur seperti program, proyek, organisasi,

atau dalam hal ini komunitas, berdasarkan perspektif informan dalam melihat suatu fenomena, fokus pada geografis seperti pada daerah tertentu, fokus pada aktivitas, atau fokus terhadap jangka waktu. (Hlm. 3)

Pemilihan fokus analisis bisa lebih dari satu, tapi pada dasarnya, peneliti perlu memperhatikan kesesuaian dan kebutuhan penelitian dan kemampuan atau latar belakang dari informan yang dipilih. Selain itu, peneliti perlu menentukan jenis informan, seperti informan kunci, utama, dan pendukung. (Hlm. 4)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA