

5. KESIMPULAN

Komunitas kreator dapat mendukung keinginan Indonesia untuk menjadikan Sumber Daya Manusia sebagai tulang punggung ekonominya. Dengan jumlah bakat dan minat dalam hal pembuatan konten visual dan audio visual di Indonesia tentu potensi pengembangan industri kreatif begitu besar apabila terdapat wadah dan naungan yang jelas untuk setiap kreator.

Dengan komunitas kreator, konten yang menjual dengan etika yang baik akan tercipta. Bagi Indonesia, dengan etika berkarya yang baik, masalah-masalah seperti penyebaran hoaks dan kasus plagiasi juga akan berkurang, hal ini berkaitan dengan meningkatnya kualitas ekonomi kreator dan kualitas ekonomi kreatif yang saat ini merupakan tulang punggung Indonesia.

Kebutuhan kreator akan wadah untuk mengembangkan diri secara teknis dan non-teknis dapat terpenuhi dengan adanya komunitas kreator. Dengan arah dan jalan yang jelas, kreator bisa lebih percaya diri untuk mengejar karir dan hidup dari membuat konten untuk media digital. Komunitas akan menjadi tempat kreator mendapatkan ilmu, relasi, dan lapangan pekerjaan. Bagi perusahaan atau media, komunitas adalah tempat untuk mencari talenta yang layak diberikan panggung.

Sebagai negara berpenduduk lebih dari 272 juta jiwa. Media digital merupakan alat paling efektif untuk berkomunikasi. Dalam hal media baru yang bersifat dua arah sehingga informasi yang disampaikan harus memiliki kredibilitas yang tinggi dan kualitas yang baik.

Dalam penelitian ini, beberapa informasi berasal dari pengalaman langsung pekerja lapangan dan kreator sehingga terdapat informasi yang rinci dan detail. Dengan skala pengumpulan informasi yang lebih luas, penulis dapat memiliki informasi yang lebih dalam terutama dari sudut pandang kreator mengenai kebutuhan dan kesulitan yang ada saat ini. Dalam penelitian lebih lanjut, penulis berharap mendapatkan informan dari kreator yang saat ini sudah hidup dengan membuat konten dan generasi muda yang baru mulai memiliki ketertarikan di bidang konten media digital.