

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Content creator adalah profesi yang membuat suatu konten mulai dari media gambar, video, suara atau gabungannya yang dibuat untuk media digital seperti Youtube, Instagram dan lain sebagainya (Hermawan, 2018, h.4). Selain membuat sebuah konten, seorang *content creator* juga harus memikirkan konsep dan isi dari konten tersebut dan memikirkan bagaimana caranya agar pekerjaan mereka tetap stabil dalam jangka waktu yang lama. Sebagai contoh Casey Neistat adalah seorang *content creator* yang selalu konsisten memuat videonya di Youtube sejak 2010 hingga saat ini. Menurut Darling (2022), Casey berhasil mempertahankan karirnya dengan konsisten memuat vlog kehidupan sehari-harinya dengan menggunakan *format* video yang berulang. Menurutnya untuk menjadi kreator tidak perlu menjadi seorang pembuat film profesional dahulu tetapi harus menginvestasikan waktu untuk mempelajari hal tersebut.

Kemunculan beragam *content creator* ini menimbulkan fenomena baru di masyarakat. Menurut Hermawan (2018, h.2) fenomena ini ada karena penggunaan media sosial di kalangan anak muda yang memunculkan profesi baru, yaitu sebagai *content creator*. Hal ini didukung dengan banyaknya kreator muda yang sedang naik daun saat ini dengan berbagai topik mulai dari *beauty vlogger*, *food vlogger*, *gaming*, dan lain sebagainya. Prospek pekerjaannya di Indonesia sangat menjanjikan, yaitu termasuk ke dalam sebuah bisnis kreatif. Dilansir dari situs Kompasiana, *Content creator* berperan dalam menciptakan karya berbasis kreativitas yang digunakan sebagai sarana mempromosikan atau menaikkan awareness suatu produk dengan ide kreatifnya pada konten untuk menghasilkan keuntungan. Sebagaimana menurut Ramadhan (2019, h.318), pada perkembangan bisnis ekonomi kreatif, konten kreator menunjukkan pertumbuhan yang pesat karena bidang ini sudah menjadi kebutuhan bagi orang maupun merek yang dimana para

kreator dituntut untuk memberikan ide yang kreatif dan inovatif kepada konsumen dengan mengikuti trend yang ada. Hal ini juga diperkuat oleh opini Arriagada (2021, h.232), yaitu *brand* bisa mencari agensi dan memakai selebriti, *brand* juga mencari para *content creator* karena memiliki perspektif yang asli dan jujur untuk mempromosikan suatu produk. Dalam proses membuat sebuah konten, kreator juga memiliki tanggung jawab dan moral yang harus mereka jaga untuk menghindari misinformasi, pelecehan digital, dan pelanggaran privasi. *content creator* harus mempertimbangkan dampak yang akan terjadi kepada pekerjaannya (Patalauskaitė, 2024, h.327).

Ketidaktahuan tersebut di tidak adanya panduan atau langkah untuk menjadi *content creator* yang memuat penjelasan tentang bagaimana membuat isi konten hingga teknis pembuatan konten tersebut, membuat banyak pemula yang tidak sukses atau berhasil bertahan untuk melanjutkan profesinya sebagai *content creator*. Menurut Berryman & Kafka (2017) dalam jurnal (Thorne, 2023. h.1), hal tersebut akan membuat para kreator itu melakukan hal yang tidak semestinya, seperti menduplikasi konten yang dibuat oleh kreator lain dan membuat konten yang viral namun dalam hal negatif demi mempertahankan popularitasnya. Namun sayangnya, banyak *content creator* yang memilih hal instan dengan membuat konten yang kontroversial agar memiliki penonton yang tinggi, padahal itu merupakan hal yang salah. Penelitian dari (Niu, et al., 2023, h.1), bahwa adanya kekhawatiran pada *content creator* yang membuat konten misinformasi dan kontroversial yang biasanya bertujuan untuk mendapatkan perhatian dan keuntungan instan.

Dilansir dari situs *White Rabbit Social*, platform yang terus berubah dan tren yang selalu berkembang setiap harinya membuat pembuatan konten untuk terus berkelanjutan adalah hal yang sulit. Karena kurangnya informasi yang menyediakan hal tersebut, itu dibutuhkan sebuah media yang kelak berfungsi menjadi panduan para kreator pemula yang ingin memulai karirnya menjadi *content creator*, isi dari media informasi tersebut menjelaskan langkah awal hingga akhir dan menjaga agar tetap berkelanjutan dalam jangka waktu yang cukup panjang.

Website adalah halaman informasi yang disediakan di dalam internet, website bisa di akses dimana saja asalkan perangkat yang digunakan tersambung dengan internet (Rahmi, et al., 2023, h.822). Media ini akan dipilih sebagai media informasi yang berisi langkah demi langkah cara menjadi seorang *content creator* yang berkelanjutan karena kemudahan akses untuk semua orang, dimana pada media akan berfokus pada mobile website karena kemudahan akses dan kepemilikan device smartphone, media ini juga dipilih agar konten bisa dilihat secara lengkap dalam satu media saja. Pada pembuatan perancangan ini penulis akan memfokuskan ke remaja hingga dewasa muda berkelamin apapun berumur 18 hingga 25 tahun yang tinggal di daerah perkotaan jabodetabek serta pemula yang memiliki niat ke dunia *content creator*.

1.2 Rumusan Masalah

1. Profesi *content creator* yang sedang naik daun sehingga banyak orang yang mencoba untuk masuk ke bidang ini.
2. Banyak *content creator* pemula yang tidak berkelanjutan sehingga membuat banyak konten yang tidak semestinya demi mengejar viralitas.
3. *Mobile website* adalah media yang tepat untuk menyampaikan informasi mengenai cara pembuatan konten yang berkelanjutan untuk *content creator* pemula.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalahnya ialah bagaimana merancang *mobile website* sebagai pedoman untuk para *content creator* agar bisa berkelanjutan.

1.3 Batasan Masalah

Penulis membatasi masalah tersebut dengan beberapa hal sesuai dengan rumusan masalah yang sudah dinyatakan diatas sebagai berikut:

1. Objek Perancangan: Objek media informasi yang akan dilakukan ialah menggunakan website sebagai media digital
2. Target STP: Target dalam perancangan ini adalah semua jenis kelamin yang sudah dewasa berumur 18-25 tahun dengan pendidikan minimal SMA, berstatus ekonomi SES B dan berdomisili di daerah jabodetabek.

3. Konten Perancangan: Konten yang akan diangkat adalah edukasi mengenai langkah pembuatan konten yang berkelanjutan untuk *content creator* pemula.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan tugas akhir ini adalah bagaimana perancangan sebuah *mobile website* mengenai pembuatan konten yang berkelanjutan untuk *content creator* pemula.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat Teoretis:

Dengan adanya perancangan media informasi ini diharapkan bisa menjadi panduan yang komprehensif serta mudah dipahami para pemula yang sedang memulai karirnya sebagai *content creator* mulai dari dasar langkah pertama yang harus dilakukan hingga membantu mengembangkan keterampilan agar bisa tetap berkelanjutan di bidang ini.

2. Manfaat Praktis:

Dengan adanya perancangan ini pun juga dapat memberi manfaat seputar bidang perancangan bagi universitas dan para mahasiswa terutama yang memiliki tema yang mirip yaitu seputar perancangan website dan panduan dalam pembuatan konten berkelanjutan.