

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media digital memiliki kedudukan dan peran yang sangat penting dan menentukan kelancaran dan kesuksesan berbagai usaha atau bisnis pada banyak organisasi, baik organisasi bisnis, pemerintahan, organisasi pendidikan, dan organisasi lainnya dalam upaya pencapaian tujuan dan sasaran yang telah direncanakan sebelumnya. Terlebih lagi dalam perkembangan zaman di era digital saat ini membuat banyak orang berlomba-lomba untuk mencari peluang bisnis lewat industri digital. Salah satu profesi yang paling trend di era ini adalah *content creator*, yang memberikan peluang usaha (bisnis) yang sangat besar, dan bisa bersaing dan berkolaborasi dengan profesi-profesi yang lain seperti; perusahaan, korporat, organisasi nirlaba pendidikan tinggi, dan lain-lain. Industri digital di era sekarang sangat berkembang dengan menciptakan beberapa platform digital yang sangat berpengaruh, seperti; Instagram, Youtube, Tiktok, Facebook, dll sangat tidak asing lagi di saat ini. Dahulu facebook dan Youtube sudah ada sejak industri digital ini berkembang, pada saat ini facebook dan youtube menjadi platform untuk orang mencari informasi dan hiburan.

Sering berjalan waktu tentu youtube dan facebook terus berkembang sehingga menjadi platform yang bisa menghasilkan uang dan menjadi peluang usaha baru di generasi sekarang. Peluang *content creator* pun mulai terbuka lebar, karena platform digital seperti youtube dan facebook sangat membutuhkan *Content Creator* sebagai partner untuk industri digital ini, sehingga memudahkan persyaratan-persyaratan untuk menjadi bagian dari platform digital tersebut. *Content* yang dihasilkan oleh *content creator*, bisa dalam bentuk tulisan, visual, foto dan audio visual, dan konten tersebut dapat diunggah di platform digital seperti; youtube, facebook, Instagram, blog dll. konten dikelola oleh platform tersebut dan *creatornya* akan diberitahukan ketika memenuhi persyaratan untuk monetize atau mendapat iklan dari platform tersebut. Setiap platform memiliki cara kerja yang berbeda-beda, karena penulis adalah content creator, youtube, tiktok dan instagram, yang akan menjelaskan cara kerja dua platform yaitu youtube, dan instagram, ketika seseorang sudah menjadi *creator* di youtube, dia akan aktif mengupload video sesuai dengan jadwal yang telah ditentukannya sendiri, setelah itu video tersebut akan direview oleh tim youtube.

Tim youtube berkewajiban untuk memantau *insight* atau *analytic* dari video yang diunggah oleh seorang kreator tersebut, apakah sudah memenuhi standar yang telah ditetapkan, berupa jumlah penonton dan pengikut (*subscribe*), kreator akan memperoleh arahan (*guidance*) untuk melakukan beberapa langkah menuju pembayaran. Dengan mengaitkan youtube oleh seorang

creator pada platform iklan terbesar yakni *google adsense*, yang menjadi pusat platform untuk mengambil hasil dari video-video yang sudah dibuat.

Kalau dikaitkan dengan instagram, dapat dikemukakan bahwa di instagram hampir sama seperti youtube yang akan mengupload video/foto oleh seorang kreator sesuai dengan tema konten yang dipilih. Cara kerja instagram tidak sama seperti youtube, terutama berkaitan dengan soal pembayaran. Hal ini karena instagram tidak melakukan kerja sama dengan *Google Adsense*, sehingga pendapatan dari *content creator* instagram didapatkan dari orang yang mau beriklan, tetapi tidak melalui *google adsense*.

Dengan peluang memperoleh pendapatan dari *content creator* inilah menjadi alasan mendorong saya memilih menjadi seorang *creator* terjun dan mulai membangun karir lewat platform tersebut. Apalagi selaku mahasiswa, platform tersebut sangat tepat dengan jurusan yang ditekuni di kampus ini yaitu program studi Ilmu Komunikasi, jauh sebelum mengikuti kuliah sudah mulai berkarya sejak 2016 di Youtube dan Instagram, dengan berbagai keterbatasan yang dimiliki, apalagi dengan berkembangnya era digital yang sangat cepat ini tentu membuat saya selaku kreator harus terus *survive* dengan berbagai konten yang akan diproduksi di youtube dan instagram.

Konten yang relevan dan bermanfaat dapat membantu pelanggan atau pengikut seorang kreator menjadi bertambah banyak seiring berjalannya waktu. Ketika *content creator* mulai membuat konten dari 2016, tentu saja tidak langsung naik dengan cepat pelanggan atau pengikut. Hal ini sangat membutuhkan usaha kreatif dan inovatif yang maksimal disertai dengan strategi-strategi yang unik, sehingga membuat *creator* bisa beradaptasi dengan kondisi dan perkembangan yang dihadapi, saat memasuki tahun 2017 menjadi awal dari berkembangnya karya kreasi dan inovasi yang dibuat saya selaku *content creator*. Tema yang semula dibawakan adalah *entertainment* yaitu hiburan dengan segment umur yang ditargetkan adalah dari 13 tahun ke atas. Perlu dipahami, bahwa mengetahui atau menargetkan segmen pasar oleh seorang konten kreator adalah hal yang paling penting untuk suatu konten di youtube dan instagram.

Karena itu, sebagai *content creator* muda harus memiliki kemampuan untuk mencapai tujuan pemasaran dengan target-segmen yang diinginkan, sehingga pembuatan konten sesuai dengan target segmen dengan dukungan perencanaan yang tepat, ketika masuk mengikuti kuliah dengan mengambil program studi Ilmu Komunikasi pada fakultas ekonomi dan sosial Universitas Amikom Yogyakarta. Dari sinilah awal *content creator* memulai dan belajar untuk bisa berkomunikasi dengan baik, termasuk dalam hal membuat konten. Dalam konteks, kemampuan (*skill*) berkomunikasi yang baik sangat dibutuhkan. *Skill* ini sangat penting, ketika produksi seorang konten kreator tidak panik atau miskomunikasi dalam melakukan koneksi dan koordinasi dengan orang lain. Kemampuan komunikasi dan koordinasi dalam melakukan berbagai aktivitas selaku *content creator* yang dimiliki, harus diakui dapat diperoleh melalui proses pembelajaran pada bidang ilmu komunikasi yang digeluti atau diminati oleh berbagai kalangan, termasuk para mahasiswa dan tenaga pendidik.

Ilmu komunikasi yang dipelajari pada program studi ini memiliki beberapa konten yang sangat cocok dengan *content creator* seperti; *broadcasting*, jurnalistik, dll. Menjadi *content creator*, seorang *content creator* juga harus menguasai pengetahuan, teknik dan keterampilan (*skill*) *editing* atau *tools* yang dapat menjamin kualitas pada konten yang dihasilkan, membuat karya yang diproduksi lebih maksimal. Selain itu, menjaga konsistensi sangat penting bagi seorang *content creator*, ketika ditanya apa yang bisa buat subscriber dan penonton dari *content creator* menjadi bertambah banyak di youtube, dan terus berkembang.

Dengan *content creator* sangat menjaga konsistensi, dalam satu minggu mengupload video empat kali, dan terus berlangsung sampai saat ini, membuat para penonton atau pengikut yang menggemari tayangan video terus tertarik dan merasa penasaran merupakan cara atau strategi yang paling ampuh untuk tetap memanjakan penonton, sehingga mereka merasa menjadi satu tanggung jawab ketika *creator* sudah membuat jadwal upload yang konsisten, otomatis penonton dan pengikut tidak akan penasaran lagi karena mereka sudah tahu kalau *creator* uploadnya hari apa aja, dengan konsistensi inilah cara yang paling ampuh untuk kita menaikkan angka subscriber.

Selain memperoleh pendapatan dari *google adsense*, *creator* masih bisa pula memperoleh peluang dari sponsor/ brand suatu produk, yang hendak memasang iklan mereka pada channel youtube dari *content creator* tersebut. Pengalaman selaku *content creator* hingga saat ini, sekitar 10 brand lebih sudah melakukan kerja sama dalam beriklan di youtube channel saya, dengan jumlah nilai pembayaran jauh lebih besar dan cepat ketimbang *google adsense*. Hal ini terjadi karena sponsor dan *google adsense* mempunyai metode pembayaran dan cara kerja yang sangat berbeda, sehingga balik lagi ke konten kreatornya mau bekerja sama atau tidak lagi dengan sponsor atau *google adsense*.

Sistem pembayaran dari *google adsense* kepada *creator*, hitungannya setiap bulan dimulai dari tanggal 12 bulan berjalan, dengan pendapatan akan masuk dari akun *google adsense* setelah tanggal 22, yang biasanya ditransfer pendapatan yang dimiliki ke rekening milik *content creator*. Sedangkan sistem pembayaran dari sponsor, berbeda dengan pihak *Google Adsense*. Pihak sponsor akan membayar uang sebesar 50% sebagai tanda jadi, setelah project tersebut sudah selesai, baru pihak sponsor membayar lunas 50% ke kreator tersebut.

Berkarir sebagai *content creator* merupakan pengalaman yang luar biasa, banyak hal yang pengalaman yang saya dapatkan, enam tahun saya berkarya di youtube dengan berbagai cara untuk mempertahankan channel youtube saya sampai saat ini, konten-konten yang saya buat tentu banyak persaingan diluar sana tetapi saya sangat yakin dengan konten-konten saya, ketika chanel youtube saya menjadi sorotan hampir semua media sosial saya makin banyak diikuti sehingga bisa membawa keuntungan juga buat saya dengan bertambahnya followers Instagram dan tiktok, bahkan saya dibayar untuk membuat iklan di instagram dan tiktok.

Di tahun 2021 menuju 2022, industri digital makin berkembang, selain *content creator* banyak perusahaan-perusahaan dan stasiun tv ramai-ramai membuat channel youtube mereka untuk

mengupload ulang video live stream mereka, ini yang menjadi saingan baru bagi kreator, bukan berarti harus menyerah tetapi harus mampu beradaptasi. Seperti dari awal berkarya, selalu berusaha kreatif dan inovatif atau membuat dan menciptakan ide-ide baru untuk kolaborasi sesama *content creator* lainnya. Karena itu, peran *content creator* pada saat ini sangat dibutuhkan dalam strategi suatu perusahaan atau strategi bisnis dari suatu produk. Peran para *content creator* tentu saja, perlu memiliki kemampuan dan kreativitas untuk menghasilkan konten yang baik dan positif. Selain itu bisa menjadi wadah, untuk membuat promosi bisnis atau usaha dari *content creator* tersebut lewat *channel youtube*.

Disamping itu, *content creator* bisa memanfaatkan follower dan subscribenya untuk membeli usaha yang dibuatnya, karena ketika *content creator* sudah mempunyai nama yang besar, tentu apa yang dilakukan selalu menjadi sorotan. Selaku *content creator*, pernah membuat *clothing brand* dari nama youtube dengan sebutan "Like Project" dengan kualitas yang cukup bagus. Pada awal rilis *clothing brand*, patut disyukuri terjual habis dalam hitungan jam, karena produk yang saya keluarkan limited stock, sebesar itu pengaruh nama dan promosi lewat media social konten kreator.

Content creator adalah pekerjaan yang tidak bisa lagi dipandang dengan sebelah mata, karena dalam realitas yang dihadapi saat ini, hampir semua pekerjaan sangat membutuhkan profesi *content creator*. Selaku salah satu *content creator*, yang cukup banyak memperoleh tawaran untuk kerja sama dengan berbagai pihak. Dari situlah memperkuat keyakinan, bahwa profesi ini akan terus maju dan bisa menjadi peluang terbesar bagi siapa saja yang mau berkarir di industri digital seperti, youtube, tiktok, instagram, facebook, dll. Karena itu fenomena tersebut diatas menjadi sangat menarik dikaji dalam suatu penelitian ini berjudul "**Content Creator**".

1.2. Fokus Permasalahan dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, memberikan gambaran bahwa keberadaan dan peran *Content creator* selaku profesi muncul dalam dinamika perkembangan industri digital dan komunikasi media sosial telah tumbuh menjadi entitas yang sangat trend saat ini. Optimalisasi peran *content creator* dalam era digital saat ini sangat mensyaratkan atau menuntut adanya kolaborasi atau kerja sama dengan berbagai pihak, terutama dengan memfokuskan perhatian pada pembuatan channel youtube dan instagram sehingga memperoleh partner dan pengikut yang banyak disertai perolehan pendapatan yang besar memberikan prospek yang baik bagi tiap orang, termasuk mahasiswa dalam upaya mendapatkan sumber daya keuangan dapat memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarga, bahkan pada suatu kelompok atau organisasi.

Tiap orang, termasuk mahasiswa dapat saja berpeluang menjadi seorang *content creator* dalam membangun channel youtube dan instagram, namun terdapat pula tantangan yang harus dihadapi adalah kemampuan membuat kreativitas dan inovasi disertai strategi yang tepat sehingga

memberikan dampak yang positif sebagaimana yang diharapkan. Menjadi seorang *content creator* harus berhasil dalam membangun dan mengembangkan channel youtube dan instagram agar dapat menarik simpati dari para penonton atau penggemarnya. Keberhasilan mengemban peran selaku *content creator*, sangat ditentukan dari kapasitas membuat strategi yang jitu dalam membangun channel youtube dan instagram sehingga dapat memperoleh penghasilan yang besar sesuai yang diharapkan. Atas dasar itu menjadi masalah dalam karya ini, dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah strategy *content creator* membangun chanel youtube dan instagram?
2. Bagaimana cara *content creator* memperoleh pendapatan dari channel youtube dan instagram?

1.3. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan gambaran mengenai strategi konten kreator dalam membangun channel youtube dan instagram serta cara memperoleh pendapatan yang diharapkan berbagai pihak, terutama mahasiswa pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

1.4. Manfaat

Hasil karya tulis ini diharapkan bermanfaat baik secara akademik maupun praktis informasi bagi para mahasiswa dan berbagai pihak, terutama mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

a. Manfaat Akademik

Hasil karya tulis ini diharapkan dapat bermanfaat menjadi informasi dalam rangka upaya memperkaya khasanah referensi mengenai strategi *content creator* dalam membangun chanel youtube dan instagram, serta cara memperoleh pendapatan yang diharapkan berbagai pihak, terutama mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.

b. Secara Praktis

Hasil karya tulis ini diharapkan dapat bermanfaat menjadi masukan (*input*) bagi berbagai pihak, terutama mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta yang ingin berkarya menjadi *content creator* dapat membuat strategi yang tepat dalam membangun channel di youtube atau di instagram, serta cara memperoleh pendapatan sebagaimana yang diharapkan, dengan didampingi langsung oleh pelaku-pelaku sebagai *content creator*.