

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Era Digitalisasi mengubah manusia dari berbagai sisi kehidupan, hal ini berdampak pada perubahan paradigma masyarakat terhadap penyampaian informasi yang terjadi dalam kehidupan sehari – hari.<sup>1</sup> Selain itu, pengaruh digitalisasi juga membawa perubahan yang sangat pesat terutama pada bidang informasi. Pergerakan informasi yang begitu cepat menjadi bentuk rangkaian gaya hidup baru yang mengubah mindset masyarakat dalam menyerap informasi melalui internet, terutama media sosial.

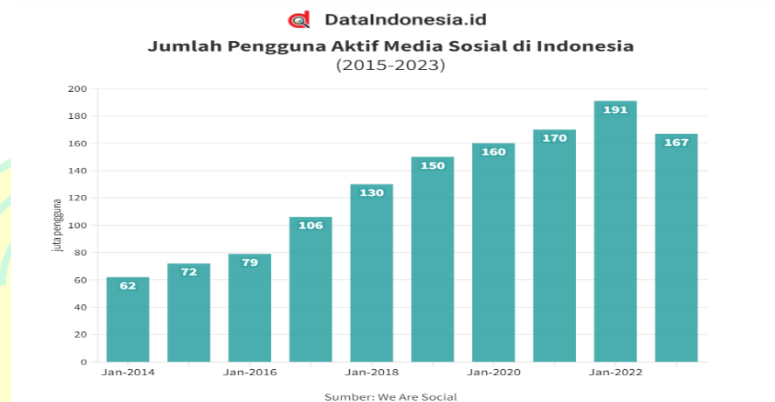
Berdasarkan data dari We Are Sosial, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 212,9% juta pada Januari 2023, mengalami peningkatan sebesar 3,85% dibandingkan tahun sebelumnya rata -rata, setiap individu menghabiskan waktu 7 jam 42 menit setiap harinya menggunakan internet. Data lainnya mengungkapkan pada Januari 2023, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang, setara persentase 60,4% dari total populasi dalam negeri. Angka ini mengalami penurunan sebesar 12,57% dibandingkan tahun sebelumnya yang mencapai 191 juta pengguna. Selain itu, meskipun data tersebut mengalami penurunan, pengguna Indonesia rata – rata menghabiskan waktu untuk bermain media sosial mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya, sehingga menempati peringkat kesepuluh tertinggi di dunia dalam hal durasi waktu.<sup>2</sup> Data Indonesia.id bersumber dari We Are Sosial mengelompokkan data jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia, sebagai berikut:

---

<sup>1</sup> Dian Nurvita Sari dan Abdul Basit, Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting, *Communication Journal*, 2020, Vol 3 No.1, hal 23 -24.

<sup>2</sup> Shilvina Widi, *Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023*,2023,(<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>), hal.1, Diakses tanggal 07 Januari 2024.

**Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia**



Pada era ini, pengguna internet didominasi oleh Generasi Z. Gen Z cenderung tertarik terhadap informasi yang disajikan di internet terutama media sosial, daripada mengandalkan media elektronik lainnya seperti televisi atau radio. Generasi Z berada pada peringkat teratas dalam penggunaan media sosial. Berada pada jangkauan umur sekitar 12 – 27 tahun yang dimana merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997 - 2012. Gen Z menjadi generasi pengguna informasi terbanyak di media sosial.<sup>3</sup> Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia mengelompokkan data dengan kategori Proporsi individu dalam penggunaan internet menurut kelompok umur, sebagai berikut:

**Gambar 1. 2 Persentase penggunaan Internet Menurut Kelompok Umur.**

**Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Kelompok Umur (Persen), 2018-2019**

Terakhir Diperbarui : 7 Oktober 2019

← Kembali Unduh </> JSON ↻ Bagikan

2018-2019 2015-2017

Freeze judul kolom

Kelompok Umur	Proporsi Individu Yang Menggunakan Internet Menurut Kelompok Umur (Persen)	
	2018	2019
<15	22,42	31,23
15-24	77,05	83,58
25-64	38,11	46,83
65+	3,97	5,32

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan ketertarikan masyarakat usia muda dalam mengakses informasi di internet dengan rentang umur 15 – 24 tahun pada tahun 2018 mencapai 77,05% dan

<sup>3</sup> Ogiyanto Putra, Fenomena Internet Addiction Disorder Pada Gen Z, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.8 (2019), hal 23.

mengalami kenaikan pada tahun 2019 dengan persentase 83,58% dari total penduduk Indonesia. Dari data tersebut dapat kita lihat bahwa generasi muda cenderung senang menggunakan media sosial sebagai media informasi dan komunikasi mereka saat ini.<sup>4</sup>

Hal ini menunjukkan bahwa generasi muda mulai menggunakan media sosial sebagai bagian dari aktivitas harian mereka, dapat dibuktikan dari berbagai jenis profesi yang memanfaatkan media sosial seperti *video editor*, *graphic designer*, hingga *content creator*.<sup>5</sup> Perkembangan profesi di bidang industri kreatif inilah yang memunculkan pesebaran informasi melalui konten di media sosial. Pemanfaatan media sosial dapat dijadikan sarana meningkatkan citra positif seorang individu, komunitas, maupun lembaga.

Media sosial hadir sebagai salah satu wadah yang mendukung proses citra positif. Citra positif dapat dimaknai sebagai proses dalam membangun ciri khas yang melekat pada sebuah produk, jasa maupun organisasi.<sup>6</sup> Konten sendiri dapat diartikan sebagai media informasi yang digunakan dalam dunia teknologi seperti blog, podcast, poster digital, hingga video. Secara umum, konten sendiri terbagi kedalam beberapa jenis konten seperti: Konten grafis (gambar), konten audio (suara), konten tulisan, dan konten video. Dalam pesebarannya, konten seringkali muncul berupa perpaduan antar komponen mulai dari gambar, suara, video dan tulisan, disebut dengan konten digital. Secara konseptual, konten digital hadir dengan adanya audio visual yang dimana pesebaran informasinya melalui media digital termasuk media sosial. Konten media sosial cenderung berbentuk konten video dan poster digital sehingga informasi yang disampaikan lebih fleksibel dan tidak memakan waktu lama untuk membaca dan memahami topik yang disajikan.

---

<sup>4</sup> Statistik, Proporsi Individu yang Menggunakan Internet Menurut Kelompok Umur. (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2019)

<sup>5</sup> Tino Sulistianto, Dkk. Strategi Peningkatan Profitabilitas Profesi *Content creator* Sebagai Alternatif Pilihan Karier Era 4.0, *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi, dan Pelayanan Publik*, 2022, Vol. IX Nomor 4, hal 691.

<sup>6</sup> Daniel Hermawan, Dkk., *Content creator* dalam Kacamata Industri Kreatif: Peran Personal Branding dalam Media Sosial.

Konten yang dihadirkanpun sangat beragam mulai dari bidang kesehatan, kecantikan, ekonomi, bahkan konten agama (dakwah).

Jenis konten digital dibagi menjadi beberapa bagian berdasarkan tujuannya, tampilan konten yang disajikanpun akan berbeda mengikuti tujuan dari individu, organisasi maupun sasaran konten. Jenis konten dapat berupa konten kesadaran (*awareness*), konten promosi, konten edukatif, konten entertainment, konten inspirational, konten interaktif, konten *user – generated*.<sup>7</sup>

Dalam mendukung konten positif di media sosial, Komunitas Prima DMI (Persatuan Remaja Masjid Dewan Masjid Indonesia) tingkat DKI Jakarta merupakan salah satu komunitas pemberdayaan masyarakat yang bergerak di bidang keagamaan. Komunitas Prima DMI DKI Jakarta hadir sebagai komunitas yang mengedepankan kegiatan yang agamis modern. Tidak dapat dipungkiri, anggota Komunitas Prima didominasi oleh remaja yang berada pada Generasi Z, Hal ini lah yang mendorong upaya Komunitas Prima DMI DKI Jakarta untuk terus menyelaraskan era digitalisasi melalui pelatihan, salah satunya pelatihan *content creator*.

Pelatihan *content creator* adalah pelatihan yang berfokus pada pembuatan konten digital. Tujuan dari pelatihan *content creator* yaitu mengembangkan generasi muda dalam pemanfaatan teknologi digital berbasis aplikasi snackvideo. Tahapan rancangan pembelajaran meliputi persiapan perancangan tujuan pelatihan, indikator keberhasilan program, pelaksanaan dan lainnya. Implementasi pembelajaran dimulai dari pengenalan konten digital, memotivasi rasa percaya diri peserta, pengenalan terhadap strategi konten digital melalui forum diskusi bersama yang didampingi oleh instruktur hingga pada tahap editing konten digital.

Pelatihan *content creator* merupakan salah satu kegiatan yang memanfaatkan perkembangan zaman saat ini. Kegiatan pelatihan *content creator* tentu saja memiliki kelebihan dan kekurangan saat proses berjalannya kegiatan, maka perlu adanya evaluasi program terhadap

---

<sup>7</sup> Aisyah Rosmalia, *7 Jenis Konten Sosial Media Sosial Berdasarkan Tujuannya*, 2023, (<https://argiaacademy.com/jenis-konten-media-sosial/>), hal.1, Diakses tanggal 03 Januari 2024.

kegiatan yang sudah berjalan dan menilai ketercapaian tujuan program bagi peserta pelatihan sehingga dapat menilai ketercapaian tujuan berupa adanya peningkatan kemampuan yang professional dan dapat dipertimbangkan dalam industri konten digital, hal ini dapat menjadi acuan pembuatan program selanjutnya di kemudian hari.

Adapun secara garis besar, tujuan dari penelitian evaluasi hasil program pelatihan *content creator* yaitu menilai ketercapaian program bagi peserta pelatihan *content creator* terhadap sikap, pengetahuan, dan keterampilan terkait pembuatan konten di media sosial. Dengan melihat aspek sesuai tujuan program dan memberikan gambaran apakah pelatihan yang dilaksanakan sudah relevan dengan kebutuhan peserta pelatihan dan memberikan umpan balik untuk penyempurnaan pelatihan selanjutnya. Tujuan pada penelitian ini adalah mengukur ketercapaian dari implementasi program pelatihan *content creator*, apakah program tersebut sudah mencapai tujuan program atau perlu perbaikan dalam implementasinya.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Minimnya pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan mengenai pembuatan konten digital di media sosial.
2. Minimnya sikap yang dapat mendorong peningkatan produksi konten digital yang menarik.
3. Belum diadakannya evaluasi dari program pelatihan untuk mengetahui ketercapaian tujuan dari program pelatihan *content creator* di Komunitas Prima DMI DKI Jakarta.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan analisis serta identifikasi masalah yang telah diuraikan dapat ditemukan bahwa masalah dalam penelitian ini difokuskan pada “Evaluasi Hasil Program Pelatihan *Content Creator* Pada Komunitas Prima DMI DKI Jakarta.” yaitu menilai sejauh mana ketercapaian tujuan program pelatihan *content creator* di Komunitas Prima DMI DKI Jakarta.



#### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan konteks penelitian diatas, peneliti merumuskan fokus penelitian yaitu. Bagaimana Evaluasi Hasil Pelatihan *Content Creator* Komunitas Prima DMI DKI Jakarta bagi sikap, pengetahuan dan keterampilan peserta pelatihan?

#### **E. Tujuan Umum Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian yang sudah dijabarkan, maka penelitian ini memiliki tujuan yang akan dicapai berupa mendeskripsikan bagaimana evaluasi hasil pada kegiatan pelatihan *content creator* di Komunitas Prima DMI DKI Jakarta.

#### **F. Kegunaan Hasil Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa kegunaan atau manfaat diantaranya:

##### **1. Kegunaan atau manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi untuk pengembangan ilmu yang masih berkaitan, selain itu dapat juga sebagai acuan pengembangan pelatihan kedepannya. dan dapat menjadi acuan penilaian evaluasi hasil program secara menyeluruh.

##### **2. Bagi Peserta Pelatihan *Content creator* di Komunitas Prima DMI DKI Jakarta**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai keefektifan program dalam dalam membangun pemahaman tentang pelatihan *content creator* sesuai dengan kebutuhan sehingga indikator capaian dalam pelatihan dapat tercapai dengan sangat baik. Dan dapat menjadi acuan keberhasilan program kedepannya.

##### **3. Bagi Peneliti**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan baru bagi peneliti dalam pembuatan program pelatihan *content creator* dengan melihat ketercapaian tujuan yang timbul dari program pelatihan.

#### 4. Bagi Program Studi Pendidikan Masyarakat

Penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan dalam pengimplementasian pelatihan *content creator* maupun sebagai bahan acuan pembuatan pelatihan yang cocok digunakan sesuai dengan sasaran program pelatihan.

