

PERUBAHAN POLA PERILAKU KOMUNIKASI CONTENT CREATOR

Oki Nawa MA, Muhammad Massyat dan Sri Yuyun

Universitas Al Asyariah Mandar

Oki354sistem@gmail.com

Abstrak. Content creator merupakan sebutan bagi seseorang yang melahirkan berbagai materi konten. Keberadaan profesi content creator tidak lepas dari kemajuan teknologi, apa lagi saat ini makin terbukanya akses informasi maka semakin luas kesempatan untuk menjadi content creator atau membuat konten-konten yang bisa di sebar luas ke berbagai jejaring social, semakin banyaknya content creator maka semakin banyak pula perubahan pola perilaku komunikasi yang terlihat pada content creator sebelum dan sesudah menggeluti dunia content creator itu sendiri. Teori komunikasi massa dan konsep tentang media baru menjadi acuan dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam pendekatan deskriptif kualitatif tidak mengasumsikan adanya kebenaran tunggal yang ada di luar sana yang menunggu untuk di ungkap, tetapi mengemukakan asumsi dimana kebenaran bersifat subyektif bagi tiap peneliti, tergantung pada pemahaman, pemaknaan dan konteks yang melekat pada penelitian itu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hal positif dan negatif terhadap perubahan pola perilaku komunikasi dari content creator sehingga para pelaku konten harus dapat memanfaatkan media sebaik mungkin dan juga mengatur waktu sebaik mungkin agar bisa membagi waktu antara kehidupan pribadi dan sosial.

Kata kunci : Perubahan, perilaku, Komunikasi, content creator

Abstract. Content creator is a term for someone who creates various content materials. The existence of the content creator profession cannot be separated from advances in technology, especially now that the more open access to information is, the wider the opportunity to become a content creator or create content that can be distributed widely across various social networks, the more content creators there are, the more changes there will be. communication behavior patterns seen in content creators before and after entering the world of content creation itself. Mass communication theory and the concept of new media are the references in this research. This research use descriptive qualitative approach. The qualitative descriptive approach does not assume that there is a single truth that is out there waiting to be revealed, but puts forward the assumption that truth is subjective for each researcher, depending on the understanding, meaning and context attached to the research. The research results show that there are positive and negative things regarding changes in the communication behavior patterns of content creators so that content creators must be able to make the best use of media and also manage their time as best as possible so they can divide their time between personal and social life.

Keywords: Change behavior, communication, content creator

PENDAHULUAN

Selama era digital, banyak sekali penggunaan internet dalam berbagai aktifitas, antara lain oleh para content creator. Pesatnya penggunaan media social melalui internet turut membawa perubahan pada perilaku para content creator baik yang positif maupun negatif. Internet bisa dikatakan sebagai alat bantu manusia untuk berkomunikasi secara tidak langsung. Manusia modern di zaman sekarang lebih sering menggunakan internet sebagai alat komunikasi untuk berinteraksi secara tidak langsung kepada manusia lainnya. Mereka tidak memerlukan waktu serta tempat untuk dapat berinteraksi satu sama lainnya. Dengan adanya internet, maka

mulailah muncul juga berbagai media sosial yang kini menjamur di kalangan manusia modern dan sangat populer. Karena banyak sekali manusia zaman sekarang yang ikut hanyut dalam penggunaan media sosial tersebut. Tidak terkecuali, semua lapisan manusia kini menggunakan media sosial sebagai salah satu bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. (Rusdin, 2016).

Internet, yang berkembang di era teknologi informasi, merupakan awal era baru pada seluruh aktivitas manusia. Seiring dengan kehadiran internet, banyak proses transformasi struktural dan fungsional yang berbeda, dimulai di bidang komunikasi dan media. Di era informasi ini media sudah menyediakan platform langsung, informatif, cerdas, dan interaktif untuk menghasilkan ruang diskusi.

Media sosial kini menjadi salah satu elemen yang sangat berperang penting dalam kehidupan bermasyarakat, khususnya bagi kaum muda (i). Media yang seringkali menggantikan interaksi tatap muka dalam berkomunikasi menjadi sebuah platform interaksi sosial yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari.

Awalnya media sosial bertujuan sebagai media komunikasi interaktif yang bersifat dua arah, Dalam penegasan ketergantungan masyarakat modern bermedia sosial maka muncullah slogan “Sandang, Pangan dan Wi-Fi” yang menjadi eksistensi dalam bermedia sosial.

Secara sederhana dan harfiah, content creator dapat diartikan sebagai orang yang membuat konten atau karya. Konten yang dibuat disebar ke berbagai platform media sosial yang dimiliki setiap pembuat konten, seperti youtube, facebook maupun instagram.

Content creator merupakan sebutan bagi seseorang yang melahirkan berbagai materi konten, baik berupa tulisan, gambar, suara, maupun gabungan dari dua atau lebih materi. Keberadaan profesi content creator tidak lepas dari kemajuan teknologi, apa lagi saat ini makin terbukanya akses informasi maka semakin luas kesempatan untuk menjadi content creator atau membuat konten-konten yang bisa di sebar luas ke berbagai jejaring social. Menjadi seorang content creator sangat rentang untuk menjauh dari jaringan internet. Konten, kini menjadi hobi, juga tidak sedikit yang menjadikan sebagai gaya hidup.

Sementara itu, menurut HubSpot orang-orang yang membuat konten adalah mereka yang membuat materi yang memiliki nilai edukasi dan hiburan juga kadang menyusaikan dengan request atau ketertarikan dari audiens.

Pemahamannya, content creator tidak semuanya selebriti maupun blogger ternama, ketika orang-orang memutuskan untuk membuat konten seperti foto kebersamaan dalam ruang makan dan mengunggahnya di akun media sosial mereka, atau dua orang yang ingin bercengkrama dengan mengomentari postingan yang telah diunggah oleh salah satunya di media sosial, maka bisa dianggap sebagai pencipta konten. Pasalnya menjadi content creator tidak perlu menjadi figure publik.

Pada dasarnya, pembuatan konten melibatkan kreativitas yang kelak akan menjadi alat sebagai bahan untuk membuat orang-orang atau pengguna media sosial melihat konten yang di buat.

Para creator biasanya mengamalkan beberapa kebiasaan seperti :

1. Mengoptimalkan kinerja otak yang sering digunakan untuk membaca dan menulis
2. Menulis setiap ide yang kadang seketika di pikirkan
3. Membuat jejaring kepada content creator lain

Selain itu, masih banyak lagi yang biasa di amalkan para content creator. Beberapa kondisi perubahan konkrit yang terjadi saat ini seperti, keakraban berkomunikasi diawali dengan cara saling berkomentar di postingan media sosial. Seorang content creator yang ingin berkolaborasi dengan pembuat konten lainnya di gabungkan dalam satu grup obrolan online sebagai wadah diskusi mereka. Jarang lagi diperhadapkan silah kaki melingkar dengan ekspresi berpikir secara langsung dilihat. Seperti pepatah “menjauhkan yang dekat dan mendekatkan yang jauh” menjadi sebuah fenomena yang tidak dapat dilepaskan dari munculnya media sosial.

konten creator ini akan membuka perspektif baru mengenai pengamatan sebagai

pembuat konten sehingga dapat mengikuti perkembangan zaman dengan menjadikan konten creator sebagai suatu cara mendapatkan penghasilan.

Adapun masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana Perubahan pola perilaku komunikasi content creator sebelum dan sesudah menggeluti dunia Content creator Penelitian ini, bertujuan untuk mengetahui Perubahan pola perilaku komunikasi content creator.

Manfaat dari penelitian ini antara lain:

Manfaat Akademis. Manfaat penulisan terkait dengan konten creator ini akan membuka perspektif baru mengenai pengamatan sebagai pembuat konten sehingga dapat mengikuti perkembangan zaman dengan menjadikan konten creator sebagai suatu cara mendapatkan penghasilan sebagai mahasiswa di zaman digitalisasi saat ini yang dikenal akrab sebagai zaman 4.0 sangat penting untuk diketahui mengenai content creator, selain dapat dijadikan tambahan pelajaran juga bisa dimanfaatkan sebagai khazanah kajian sebab, content creator atau pembuat karya tidak hanya bisa di kerjakan oleh orang-orang khusus tapi semua kalangan dapat menjadi pelaku content creator.

Manfaat Teoritis. Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi kita harus tahu keberadaan fenomena komunikasi yang ada disekeliling kita dengan mempergunakan perspektif atau cara pandang komunikasi.

KAJIAN TEORI

Komunikasi Massa. Komunikasi massa diartikan sebagai suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan kepada khalayak atau orang banyak yang tidak diketahui (anonim). Selain itu, kegiatan komunikasi juga dilakukan kepada khalayak yang memiliki perbedaan latar belakang yang heterogen seperti sosial, ekonomi, budaya dan Pendidikan (Susanto, 1980). Menurut salah seorang pakar komunikasi yaitu Gerbner, komunikasi massa diartikan sebagai suatu proses produksi dan distribusi pesan yang berasal dari suatu lembaga dengan menggunakan teknologi serta pesan yang disampaikan bersifat kontinyu (Ardianto, 2014).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Dalam pendekatan deskriptif kualitatif tidak mengasumsikan adanya kebenaran tunggal yang ada di luar sana yang menunggu untuk di ungkap. Tetapi mengemukakan asumsi dimana kebenaran bersifat subyektif bagi tiap peneliti, tergantung pada pemahaman, pemaknaan dan konteks yang melekat pada penelitian itu. Metode kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, yaitu berupa ucapan atau tulisan, atau perilaku yang dapat di lakukan dengan mengamati subjek itu sendiri (Fuchran,

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang dilakukan di Kabupaten Polewali Mandar khususnya di Kelurahan Madatte, dan kampus unasman maka peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang didapatkan selama proses dilapangan. Yang ternyata kondisi para content creator saat ingin memulai peran sebagai seorang creator sangatlah sulit sebab setiap tahapan memiliki rintangan yang berbeda juga waktu yang sangat lama. Beda dengan para pelaku content yang berawal dengan cara hanya memposting di media social saja, Namun sekarang ini jika ingin menjadi seorang content creator maka hanya perlu ide kreatif saja melihat era digital dijamin sekarang ini yang begitu banyak platform yang tersedia, disisi lain seiring pergeseran media online ke

media baru terdapat perubah pola perilaku terkhusus bagi para content creator hingga harus merubah diri sendiri menjadi orang lain agar dapat memberikan hiburan bahkan melahirkan berbagai karya.

Selain itu juga terdapat perubahan perilaku komunikasi nonverbal yang terjadi dari content creator, karna seorang content creator harus berpenampilan menarik atau fashionebel, sehingga beberapa content creator merubah penampilannya agar dapat tetap mempertahankan follower-followernya dan hal ini juga dapat menjadi hal yang positif sebab tidak sedikit content creator yang berhasil di berbisnis online yang diawali dari kontennya yang terkenal sehingga menjadi daya Tarik bagi followers untuk membeli produk yang ditawarkan.

Perubahan pola perilaku komunikasi ini juga mencakup hingga pada lingkungan keluarga dan pertemanan, sangat banyak content creator yang sudah jarang bertemu dengan keluarga bahkan teman tongkrongannya hanya karna interitas yang sangat tinggi terhadap kontennya sehingga prioritas utama hanya untuk konten akibatnya solidaritas dan kebersamaan dengan keluarga pun terbatas, karna itu para content creator harus dapat membagi waktu sebaik mungkin

Content creator merupakan hal lumrah di jaman sekarang yang biasa di sebut dengan jaman milenial terlebih di kalangan anak muda yang saat ini dapat dikatakan sudah sudah sering membuat content.

Pada dasarnya segala sesuatu yang di upload ke media sosial sudah dapat di katakan content, dan peng-upload sudah dapat di katakan sebagai content creator, namun dalam hal ini ada yang di katakan content creator yang aktif yaitu yang menjadikan content sebagai sebuah aktifitas wajib dan menjadikan content sebagai penghasilan dan ada pula yang di katakan content creator yang tidak aktif yaitu mereka hanya sekedar upload saja untuk mengisi waktu dan menjadikan hiburan.

Dalam dunia content creator tentu saja terdapat perubahan pola perilaku komunikasi sebelum dan sesudah bergelut di dunia content creator tersebut yang dapat di rasakan secara tidak langsung.

Komunikasi sebagai kegiatan bertukar informasi yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung diharapkan dapat menghasilkan umpan balik. Komunikasi bermedia termasuk komunikasi langsung dengan jangkauan internet. Kehadiran internet memberikan kemudahan dalam segala bidang misalnya pendidikan, ekonomi, bisnis dan lain-lain. Komunikasi bermedia dikenal dengan menggunakan aplikasi antara lain facebook, twiter, instagram, youtube dan masih banyak lagi. Media lama berupa media cetak sudah dapat dibaca melalui internet tanpa harus berlangganan atau membayar lagi. Dalam hal ini dapat lebih mempermudah dalam berkomunikasi, berbisnis, dan juga menjadi terkenal (viral).

interaksi sosial adalah proses sosial yang menyangkut hubungan timbal balik antarpribadi, kelompok, maupun pribadi dengan kelompok. Interaksi sosial tersebut merupakan syarat utama terjadinya aktivitas-aktivitas sosial. Namun terkadang hubungan atau interaksi antar seseorang dapat berubah di karenakan perubah aktivitas-aktivitas itu sendiri, penyebab salah satunya yaitu kegiatan-kegiatan bermedia social (content creator). Integritas sosial merupakan kapasitas sikap seseorang dalam bertindak terkait dengan tugas yang diembannya, dengan indikator; komitmen yang kuat; memiliki nilai-nilai; mengutamakan kepentingan umum dan solidaritas, konsisten dan konsekuen. (Nadeak, 2017) Integritas social ini juga dapat berubah di sebabkan oleh aktivitas-aktivitas bermedia social. Integritas social yang terlalu tinggi pun dapat merubah perilaku komunikasi seseorang baik dalam lingkungan pertemanan, hingga lingkungan keluarga

Simpulan

Content creator merupakan sebuah hal yang dapat dijadikan sebagai pekerjaan di jaman sekarang yang biasa di sebut dengan jaman milenial terlebih di kalangan anak muda yang saat ini dapat dikatakan sudah sudah sering membuat content, namun terdapat hal positif dan negatif

terhadap perubahan pola perilaku komunikasi dari content creator sehingga para pelaku konten harus dapat memanfaatkan media sebaik mungkin dan juga mengatur waktu sebaik mungkin agar tidak membagi waktu antara pekerjaan dan keluarga, bergaul dengan teman dilingkungan sekitar bukan hanya teman media online, tetap menjadi diri sendiri tanpa harus merubah diri agar di sukai orang lain, dan tetap memposting hal-hal yang positif.

DAFTAR RUJUKAN

- Andansari, Y. R. (2016). Perilaku Komunikasi Dunia Maya Oleh Kpopers Surabaya (Studi Pada Perilaku Komunikasi Di Twitter Dan Instagram Oleh Kpopers Surabaya Anggota Kloss Family). Surabaya: Jurnal Universitas Negeri Sunan Ampel.
- Abdul Halik, S. (2013). Komunikasi Massa. Makassar: Alauddin university press.
- Furchan. (2007). Pengantar Penelitian dalam Pendidikan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Liliweri, A. (2015). Komunikasi Antarpersonal. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. Jurnal. Pekanbaru . Universitas Riau, 14.
- Nazhifah. (2014). Pengaruh Twitter Terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. Pekanbaru : Jurnal Universitas Riau .
- Hafied Cangara, M. (2009). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Susanto, D. E. (2016). Komunikasi Dan Gerakan Perubahan. Jakarta: Mitra Wacana .
- Susanto, D. E. (2016). Komunikasi Dan Gerakan Perubahan. Jakarta: Mitra Wacana Media.
<http://jurnal.unmuhsember.ac.id/index.php/mdk/user/register>