

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Penggunaan media sosial sebagai sarana bertukar informasi dimanfaatkan tidak hanya untuk individu atau organisasi, melainkan juga dimanfaatkan untuk kepentingan suatu perusahaan. Media sosial berperan penting untuk suatu perusahaan karena dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil suatu keputusan. Sehingga media sosial sangat diperlukan oleh suatu perusahaan sebagai strategi *brand awareness* dan *entertainer*. Strategi tersebut digunakan hampir oleh semua perusahaan, salah satunya Liquid Group yang bergerak dibidang hiburan dan kuliner.

Liquid Group adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang hiburan, dan *food and beverages* di Yogyakarta. Perusahaan ini menggunakan platform Instagram dan Youtube sebagai media promosi. Liquid Group melihat bahwa Instagram dan Youtube berperan penting sebagai media promosi agar dapat mempertahankan eksistensinya. Maka dari itu, Liquid Group membutuhkan seorang konten kreator untuk membuat video promosi.

Konten kreator memiliki peran penting dalam proses pembuatan video promosi contohnya membuat *script* atau skenario yang nantinya akan menjadi alur cerita dalam konten kemudian mengeksekusinya. Maka dari itu, konten kreator yang dibutuhkan oleh perusahaan harus mampu membuat konten yang menarik dan tidak monoton. Tanpa konten kreator, Liquid Group akan kesulitan dalam mempromosikan perusahaan kepada masyarakat, terlebih di era perkembangan media sosial saat ini, masyarakat akan tertarik pada suatu perusahaan apabila perusahaan memiliki media sosial dengan konten yang menarik.

Hal ini yang mendorong penulis mengangkat judul “Peran Konten Kreator dalam Perancangan Video Instagram Liquid Group Yogyakarta” karena penulis berperan langsung sebagai konten kreator dalam pembuatan konten video media sosial Liquid Group.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang digunakan oleh penulis adalah “Bagaimana Peran Konten Kreator Dalam Perancangan Video Instagram Liquid Group Yogyakarta?”.

## **C. Tujuan Praktik Kerja Lapangan**

Dalam pembuatan video, penulis dituntut untuk bekerja secara profesional dan diperlukan kesabaran dan kekompakan. Maka dari itu dalam pembuatan laporan praktik kerja lapangan ini memiliki tujuan:

1. Bertambahnya ilmu sebagai seorang konten kreator.
2. Lebih mendalami peran sebagai konten kreator pada saat perancangan konten video.
3. Untuk mengetahui bagaimana perancangan konten video.
4. Untuk menambah relasi, terutama yang berkaitan dengan pekerjaan konten kreator.
5. Memenuhi dan melengkapi salah satu syarat dalam menempuh sidang Diploma III Program Studi Periklanan Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta (STIKOM).

## **D. Manfaat Praktik Kerja Lapangan**

### **a. Bagi mahasiswa**

Adapun manfaat praktik kerja lapangan bagi penulis adalah:

1. Sebagai sarana menguji antara kemampuan yang didapat selama perkuliahan dengan realita di dunia kerja.
2. Sebagai sarana menambah pengalaman dan pengembangan diri.
3. Sebagai sarana untuk melatih profesionalisme dalam dunia kerja.
4. Menambah relasi pekerjaan sehingga memudahkan untuk mencari pekerjaan apabila telah lulus dari dunia perkuliahan.

### **b. Bagi almamater**

Adapun manfaat bagi almamater dari kegiatan praktik kerja lapangan yang dilakukan mahasiswa adalah:

1. Untuk mengetahui sejauh mana pengetahuan yang telah diperoleh mahasiswa selama duduk di bangku perkuliahan dengan penerapan pada saat praktik kerja lapangan.
2. Menjalani kerja sama yang baik antara pihak institusi pendidikan dengan pihak perusahaan.

### **c. Bagi perusahaan**

Adapun manfaat bagi perusahaan dari kegiatan praktik kerja lapangan yang dilakukan mahasiswa adalah:

1. Mendapat acuan kebutuhan sumber daya manusia yang dibutuhkan sesuai dengan kriteria atau standar perusahaan.
2. Mendapatkan masukan sebagai kritik dan saran serta evaluasi yang berguna untuk memajukan kinerja perusahaan, serta meningkatkan kualitas perusahaan.
3. Terjalani kerja sama yang baik antara pihak institusi pendidikan dengan wadah minat dan bakat agar menghasilkan sumber daya yang memiliki daya saing.

## **E. Waktu dan Tempat Praktik Kerja Lapangan**

Tempat : Liquid Yogyakarta

Alamat : Jalan Magelang Km 4,5, No 158, Rogoyudan, Sinduadi,  
Mlati, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55284.

No.Telp : (0274) 589611

Lama PKL : 9 Maret–9 Juni 2020

## **F. Metode Praktik Kerja Lapangan**

Adapun metode yang digunakan oleh penulis dalam melaksanakan kegiatan praktik kerja lapangan adalah sebagai berikut.

1. Observasi

Metode observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan terhadap proses produksi divisi kreatif selama praktik kerja lapangan berlangsung.

2. Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan cara tanya jawab kepada divisi marketing dan media dengan tujuan untuk memahami bagaimana proses produksi video berlangsung di tempat praktek kerja lapangan.

3. Studi pustaka

Metode studi pustaka dilakukan dengan cara membaca dan memahami berbagai media literatur mengenai teknik-teknik dalam perancangan konten video. Media literatur mencakup jurnal ilmiah, laporan praktek kerja lapangan, dan tugas akhir.