

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Inspira Televisi Indonesia ini merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penyiaran televisi berbentuk perseroan terbatas. Perusahaan ini beroperasi di Jl.Parakaan Saat I No.40 Kel. Cipamokolan Kec.Rancasari Bandung. PT Inspira Televisi Indonesia memiliki nama di udara yaitu Inspira TV. Perusahaan ini merupakan holding atau anak perusahaan dari PT Global Garda Media. Inspira TV memiliki sebuah motto yaitu, “Inspiratif dan Positif”. Motto tersebut dibuat dengan tujuan agar Inspira TV dapat menginspirasi masyarakat dan memberikan manfaat positif kepada penonton. Ini terwujud dengan ditayangkannya program - program yang memiliki sifat inspiratif dan positif.

Era revolusi industry 4.0 menjadi penanda arus globalisasi yang tak terbendung dengan disertai perkembangan dan kecanggihan teknologi informasi dan komunikasi yang cukup inovatif. Kecanggihan teknologi ini pun melahirkan media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok dan media lainnya yang menyajikan beragam layanan informasi di dunia maya. salah satu media sosial yang kini tengah digandrungi oleh penulis adalah Instagram dan Tiktok. [1]Dengan meningkatnya jumlah pengguna Instagram dan Tiktok di Indonesia, banyak perusahaan besar di Indonesia yang kini mempunyai akun-akun social media tersebut, salah satunya PT. Inspira Televisi guna membentuk brand image perusahaan. maka dari itu perusahaan PT. Inspira Televisi membutuhkan konten interaktif dan menarik untuk membentuk brand image perusahaan di social media instagram dan tiktok.

Selain itu Penulis juga belajar banyak tentang dunia pertelevisian di era digital 4.0 penulis belajar tentang Teknik editing yang baik dan benar dengan menggunakan tool profesional yang sesuai dengan standar Televisi digital. Penulis juga belajar menjadi camera person dan belajar menyunting gambar pada saat syuting Warisan Indonesia di beberapa kota.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai dengan judul penelitian tentang “Strategi Content Creator Dalam Membentuk Brand Image Di Social Media Instagram Dan Tiktok Di PT. Inspira Televisi Indonesia”, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana dalam membangun dan meningkatkan brand image di PT. Inspira Televisi khususnya di sosial media Instagram Dan Tiktok
2. Bagaimana cara Meningkatkan engagement dan meningkatkan followers PT. Inspira Televisi di Instagram dan Tiktok

1.3 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi kreatif seorang content creator dalam membangun brand image PT. Inspira Televisi di social media Instagram dan Tiktok. Manfaat dari membangun brand image sendiri ialah:

1. Meningkatkan engagement dan meningkatkan followers PT. Inspira Televisi di Instagram dan Tiktok
2. Membangun Identitas perusahaan yang sesuai syariah dengan memberikan konten konten inspiratif dan positif

1.4 Ruang Lingkup Proyek Akhir

Dalam membuat konten seorang content creator harus sangat menarik agar terciptanya daya tarik bagi followers Instagram dan tiktok PT. Inspira TV. konten yang saya produksi adalah berupa video dan flyer atau poster-poster yang akan di upload untuk media sosial Instagram dan Tiktok. Selain itu juga harus menggunakan colour pallete dan logo yang sudah ditetapkan oleh perusahaan bertujuan untuk identitas perusahaan. Pada umumnya, aplikasi editing video biasa digunakan lewat laptop atau PC. Tetapi dengan teknologi yang semakin berkembang turut mempengaruhi perkembangan aplikasi editing video. Penulis menggunakan PC dan HP untuk mengedit konten-konten tergantung kebutuhan output yang akan di upload ke media sosial. Penulis juga harus mencari tahu konten apa yang sedang viral di media sosial.

1.5 Definisi Operasional

Definisi operasional digunakan untuk menyamakan kemungkinan pengertian yang beragam antara peneliti dengan orang yang membaca penelitiannya, agar tidak terjadi kesalahpahaman, maka definisi operasional disusun dalam suatu penellitian.

Maka penulis berikut ini akan diuarikan definisi-definisi operasional variable-variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian.

1. Content Creator

orang bertugas membuat konten baik berupa tulisan, gambar ataupun video yang akan ditampilkan pada berbagai media sosial populer seperti Tiktok, Instagram dan masih banyak yang lainnya. [2]

2. Strategi

strategi merupakan suatu rencana yang ditunjukkan untuk mencapai tujuan yang di inginkan.

3. Kreatif

kreatif adalah kemampuan untuk menciptakan atau daya cipta yang terbaru dan berbeda dari yang lain.

4. Brand Image

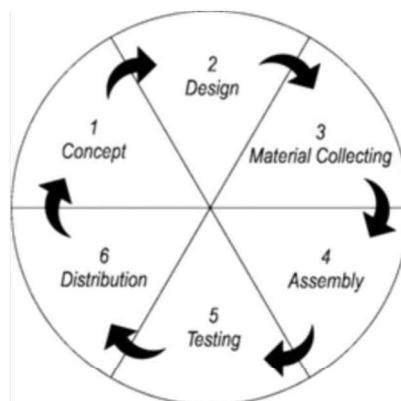
Brand image adalah upaya pengelolaan suatu merek agar mendapat kesan mendalam dan positif dimata konsumen.[3]

5. Awareness

kemampuan yang dimiliki audiens dalam mengingat atau mengenali suatu merek yang menjadi identitas dari perusahaan.

1.6 Metode Pengerjaan

Dalam memproduksi desain flyer dan video reels Instagram dan Tiktok sebagai media promosi sekaligus membentuk image perusahaan. Metode yang digunakan penulis adalah metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) yang merupakan metode paling sesuai dengan menekankan 6 tahap pengembangan yaitu Konsep, Rancangan, Pengumpulan Bahan, Penggabungan, Pengujian, Dan Distribusi Atau Posting.



Gambar 1. 1 Metode MDLC

1. Konsep

Pada tahapan ini penulis menggunakan konsep yang sesuai dari pembimbing lapangan, biasanya penulis mencari ide-ide dan konsep di website seperti pinterest.com, savee.it dan beberapa website lain nya.

2. Rancangan

Tahapan ini adalah sebuah rancangan yang tidak jauh dengan tahapan konsep, tapi didalam tahapan ini penulis menuliskan semua ide ide dan riset dengan lebih spesifik ke dalam bentuk dokumen sehingga bisa menjadi gambaran besar dari hasil akhir editing nantinya.

3. Pengumpulan Bahan

Pada tahap ini dilakukan pengumpulan bahan seperti clipart image, animasi, audio, footage dan berikut pembuatan gambar grafik, foto, audio, dan lain-lain yang diperlukan untuk tahap-tahap berikutnya. Bahan material yang diperlukan dalam memproduksi dapat diperoleh dari berbagai sumber dari internet, ada juga hasil dari syuting langsung untuk konten tertentu.

4. Desain dan Editing

Setelah penulis mendapatkan ide-ide dan riset yang sudah di persetujuan oleh pembimbing lapangan penulis mulai mendesain flyer dan mengedit beberapa video yang sudah sesuai di jadwal posting konten, proses ini cenderung lebih memakan waktu karena lebih ideide dan riset tadi harus menjadi output yang sesuai dengan kriteria perusahaan.

5. Review dan Revisi

Tahapan selanjutnya ada pengujian desain dan video bertujuan untuk mencapai hasil desain akhir yang secara visual dapat mengkomunikasikan maksud dan tujuan pembuat secara maksimal dan merupakan keharusan dalam setiap proses kreatif. Oleh karena itu, revisi merupakan tahapan yang tidak bisa diabaikan jika dilihat dari kaidah-kaidah pembuatan desain yang tepat. Baik dalam pembuatan desain logo, poster media sosial, dan identitas perusahaan.

6. Distribusi atau Posting

Tahapan terakhir ada distribusi atau posting berupa hasil akhir semua tahapan yang dimana akan di post sesuai waktu yang telah di tentukan di jadwal posting. Untuk konten yang di posting di tiktok dan di video reel Instagram ada waktu tersendiri agar viewer yang diharapkan sesuai target dari yang sudah ditentukan.

1.7 Jadwal Pengerjaan

1. Konsep
2. Rancangan
3. Pengumpulan bahan
4. Pembuatan desain dan editing
5. pengujian
6. distribusi

Tabel 1. 1 Jadwal Pengerjaan

No	Deskripsi Kerja	Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Konsep	■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■		■	
2	Rancangan		■			■					■	■			■				■				■	■	
3	Pengumpulan bahan		■	■			■	■			■	■			■	■			■	■			■	■	
4	Pembuatan desain dan editing	■	■	■		■	■		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■		■	■	■	■	■
5	pengujian																					■	■	■	■
6	Distirbusi/posting	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■