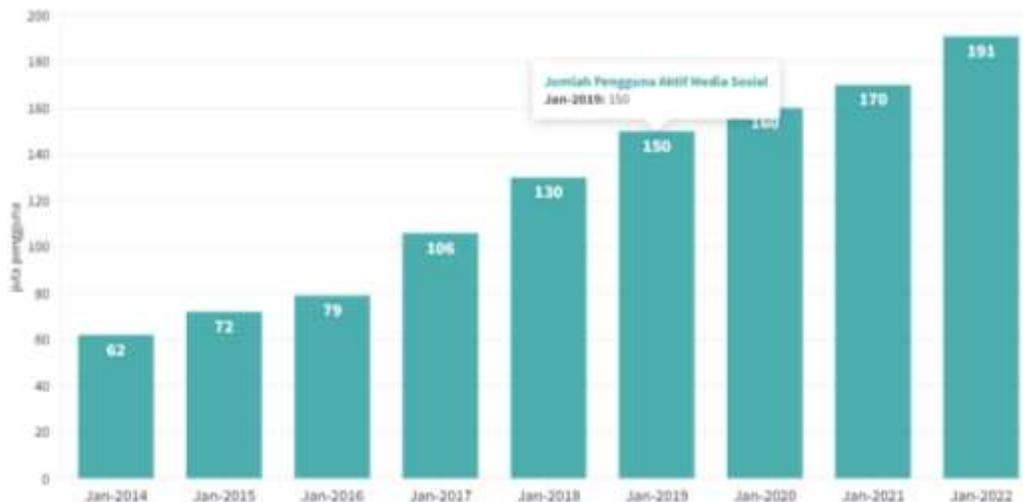


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan media sosial sudah semakin meningkat. Media sosial merupakan salah satu media daring atau media online yang digunakan satu sama lain, dimana penggunanya bisa dengan mudah melakukan suatu interaksi, bersosialisasi, dan berbagi (Widiawati, 2021). Saat ini banyak sekali penggunaan media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, WhatsApp dan masih banyak lagi media sosial lainnya yang digunakan dari berbagai kalangan di masyarakat. Hasil penelitian dari UNESCO dalam *website We Are Social* menyimpulkan bahwa 4 dari 10 orang Indonesia aktif di media sosial (*Kementerian Komunikasi Dan Informatika, n.d.*).



**Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia**

Sumber: *We Are Social, 2022*

Dari gambar grafik diatas dapat dilihat dimana penggunaan aktif media sosial di Indonesia yang semakin meningkat dari tahun ketahun. Dari hal ini memberikan gambaran bahwa media sosial merupakan salah satu media yang memiliki peminat yang tinggi. Di era yang serba digital saat ini selain perkembangan internet dan media sosial yang berkembang dengan pesat, kita sebagai generasi millennial juga dapat terus berkembang dengan menciptakan dan memproduksi karya-karya yang

mengikuti trending zaman, dimana karya tersebut dapat di produksi dan diunggah di media sosial.

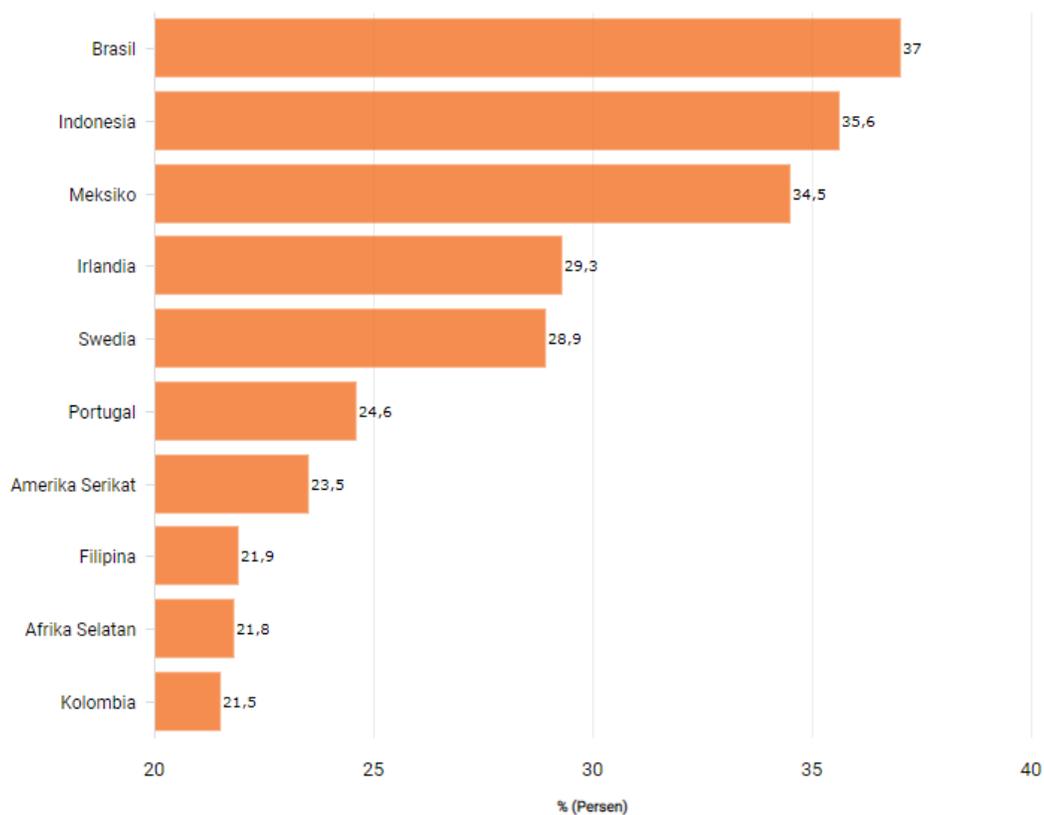
Produksi konten karya selain sebagai karya yang dapat diunggah pada media sosial pribadi, konten karya juga dapat diproduksi untuk membangun dan meningkatkan nilai cipta maupun membangun *branding* perusahaan maupun sebuah lembaga. Terdapat beberapa perusahaan ataupun lembaga yang menciptakan konten karya di media social untuk menjangkau audiens seperti *official account* untuk peserta magang DDB Telkom, dimana selain postingan pada *feeds* Instagram yang memberikan informasi terkait magang juga memproduksi konten *podcast* sebagai kegiatan *sharing session* antara host dan narasumber terkait topik yang diangkat seputar mahasiswa maupun kegiatan magang dalam produksi konten *podcast*. Selain itu, Admisi Telkom University melalui akun Instagram @smbtelkom juga menggunakan media sosial instagram dalam memproduksi konten karya baik berupa video maupun *live talkshow* host bersama dengan narasumber yang juga membahas terkait kegiatan mahasiswa Telkom University. Produksi-produksi konten tersebut sebagai program suatu perusahaan maupun lembaga yang dirancang sebagai pemanfaatan media digital dalam melakukan *branding*.

Pemuda Bakti Banua merupakan salah satu unit dibawah naungan Yayasan Hasnur Centre yang bergerak dibidang sosial, pemuda, dan keagamaan yang telah memberikan dampak bagi banua melalu kegiatan-kegiatan relawan dari unit Pemuda Bakti Banua terhadap masyarakat-masyarakat desa yang berada di Kalimantan Selatan dan sekitarnya. Unit Pemuda Bakti Banua Sebagai sebuah organisasi Bidang Kepemudaan di Yayasan Hasnur Centre selain telah berdampak besar bagi masyarakat banua melalui kegiatan sosial yang dilakukan, juga memiliki misi untuk mendorong munculnya generasi muda yang lebih kreatif, inovatif dan memiliki semangat yang tinggi dalam membangun Banua. Melalui misi dari Pemuda Bakti Banua disusunlah beberapa *event* dan kegiatan yang mendorong agar misi tersebut dapat dilaksanakan salah satunya adalah *Podcast* Pemuda Bicara. Dalam wawancara yang dilakukan oleh penulis pada pra-produksi karya, Sri Annisa sebagai narasumber yang juga merupakan *staff Partnership and Marketing* unit Pemuda Bakti Banua memberikan penjelasan bahwa program *podcast* Pemuda Bicara yang dirancang

untuk dilaksanakan oleh unit Pemuda Bakti Banua selain untuk mendorong kekreatifitasan generasi muda, juga diharapkan bahwa program *podcast* Pemuda Bicara ini dapat meningkatkan *branding* bagi Pemuda Bakti Banua.

Peningkatan *branding* bagi unit Pemuda Bakti Banua terus diupayakan dengan perancangan-perancangan program yang mengikuti *trend* saat ini. Adapun perancangan tersebut diupayakan dengan pemanfaatan digital *branding* yaitu media sosial. Melalui media sosial Pemuda Bakti Banua merancang konten yang dapat mengikuti generasi millennial saat ini salah satunya adalah perancangan pada program *podcast*. *Podcast* saat ini sudah menjadi solusi dalam permasalahan yang dihadapi mahasiswa dalam dunia pendidikan di kampus dimana *podcast* dinilai menjadi sarana media pembelajaran di era millennial yang menjadi media yang lebih mudah diakses, dipahami serta digunakan (Mayangsari & Tiara, 2019).

Hal tersebut menjadikan *podcast* menjadi konten karya yang diminati dan digemari, sehingga anak muda maupun suatu organisasi juga terus berkarya dalam memproduksi konten *podcast* saat ini untuk menjangkau audiens secara luas. Seperti yang diketahui terkait penggunaan *podcast* saat ini yang sudah sangat mendunia, bahkan saat ini Indonesia dinobatkan sebagai negara dengan jumlah pendengar *podcast* terbesar kedua di dunia setelah Brazil dengan penikmat *podcast* didominasi oleh usia 16 hingga 24 tahun (Kompas.com, 2022).



**Gambar 1.2 Persentase Pendengar *Podcast* Berdasarkan Negara, Kuartal III 2021**

Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id), 2022

Dari grafik diatas yang menampilkan bahwa Indonesia menjadi peringkat kedua persentase pendengar *podcast* terbesar juga menjadi data awal bahwa angka peminat *podcast* di Indonesia tinggi. Hal ini mendorong unit Pemuda Bakti Banua melakukan rancangan-rancangan program *podcast* dengan penggunaan media sosial sebagai pemanfaatan dalam melakukan *branding* melalui karya-karya ataupun konten program *podcast* saat ini.

Berfokus pada *branding* yang dilakukan oleh unit Pemuda Bakti Banua melalui program konten *podcast* Pemuda Bicara ini, terdapat beberapa hal yang menjadi sorotan dan perlu untuk selalu melakukan perancangan yang lebih menarik minat audiens. Berdasarkan riset dari hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis bersama dengan *staff Partnership and Marketing* unit Pemuda Bakti Banua ditemukan bahwa terdapat hal yang ingin menjadi sorotan pada program *podcast*

Pemuda Bicara ini yaitu mengkonsepkan diskusi kekinian yang mengangkat topik yang erat kaitannya dengan pemuda yang kreatif dan memiliki jiwa kepemimpinan tinggi sehingga mampu untuk dapat berpengaruh besar dilingkungan masyarakat, serta peningkatan visualisasi pada tampilan *podcast* agar lebih menarik minat audiens untuk dapat menonton tayangan *podcast* Pemuda Bicara.

Melalui program *podcast* Pemuda Bicara yang diharapkan mampu meningkatkan *branding* dan menjangkau khalayak luas, penggunaan *new media* yaitu Instagram menjadi media yang digunakan oleh Pemuda Bakti Banua dalam memproduksi konten *podcast*. Penulis bersama dengan tim merancang penggunaan Instagram sebagai media yang akan digunakan dalam memproduksi konten dengan perancangan konsep yang akan berbeda dari produksi konten *podcast* sebelumnya yaitu berfokus pada perubahan visualisasi tampilannya. Hal tersebut dilakukan penulis bersama dengan tim sebagai upaya dalam meningkatkan *brand image* bagi program *podcast* Pemuda Bicara serta meningkatkan nilai *branding* unit Pemuda Bakti Banua. Peningkatan nilai *branding* tersebut menjadi upaya yang dilakukan agar masyarakat luas dapat menjangkau unit Pemuda Bakti Banua melalui karya maupun konten yang disajikan pada media sosial Instagram @mudabanua.id.

Dalam memproduksi konten *podcast* Pemuda Bicara pada media sosial Instagram saat ini bukanlah hal yang baru bagi unit Pemuda Bakti Banua, dikarenakan sebelumnya program *podcast* ini sudah ada sejak lama hanya saja tampilan produksinya yang berbeda, serta penggunaan media yang digunakan. Dimana selain penggunaan Instagram, Pemuda Bakti Banua juga pernah menggunakan Youtube sebagai media dalam memproduksi beberapa konten karya yang diharapkan dapat menjangkau audiens. Akan tetapi, menurut Sri Annisa, sebagai *staff Partnership and Marketing* sekaligus penanggung jawab dalam produksi konten karya *podcast* menilai bahwa produksi pada konten youtube dinilai kurang menjangkau audiens saat ini.

Dari berbagai pertimbangan yang dilakukan oleh tim Pemuda Bakti Banua, selanjutnya produksi program konten *podcast* dialihkan hanya berfokus kepada penggunaan media Instagram dengan konsep pemanfaatan fitur *live* Instagram yang berkolaborasi dengan pembicara. Perubahan dalam peningkatan konten *podcast* pada media sosial Instagram terus diupayakan agar dapat memaksimalkan konten *podcast*

Pemuda Bicara sebagai *media branding* kepada audiens Pemuda Bakti Banua. Sehingga pada perancangan karya ini penulis bersama dengan tim melakukan perancangan konsep yang dinilai akan membantu meningkatkan kualitas produksi konten baik dari rancangan konsep yang berbeda maupun tampilan visualisasi yang lebih menarik agar dapat menarik minat audiens. Dimana konsep pada *podcast* sebelumnya hanya menggunakan pemanfaatan kolaborasi narasumber dan host pada fitur *live* Instagram, sedangkan pada konsep yang penulis rancang selain penggunaan fitur *live* Instagram juga akan menggunakan *software* pendukung untuk penggunaan *frame*, serta pengaturan audio dan tempat yang diatur oleh tim yang bertugas

Sebagai peserta magang Kampus Merdeka di Yayasan Hasnur Centre, penulis berkesempatan merancang produksi konten *podcast* yang berbeda dari episode sebelumnya. Dengan kreativitas dan rancangan yang baik serta segala persiapan yang dapat disepakati dengan berbagai pihak yang terlibat diharapkan penulis dapat merealisasikan rancangan ini dengan produksi hasil karya yang maksimal. Dikarenakan merujuk dari penelitian yang dijadikan referensi oleh penulis terdapat hal yang menjadikan karya penulis berbeda dengan penelitian sebelumnya, yaitu pada analisis yang dilakukan di beberapa referensi menggunakan Youtube maupun Spotify sebagai media komunikasi pada program *podcast*, sedangkan dalam perancangan karya yang dilakukan oleh penulis menggunakan media sosial Instagram. Dengan penggunaan media sosial Instagram dalam perancangan karya produksi konten *podcast* Pemuda Bicara ini, penulis akan menggunakan metode kualitatif dalam penyusunan perancangan karya yaitu analisis diskusi bersama dengan tim dalam penyusunan konsep serta wawancara mendalam bersama dengan beberapa pihak yang terlibat.

Berdasarkan latar belakang diatas, dalam perancangan karya ini penulis bersama dengan tim melakukan perancangan pada program konten *podcast* Pemuda Bicara dalam merealisasikan penyajian konten dengan visualisasi yang lebih menarik untuk dapat meningkatkan *brand image* dan menjadi media *branding* bagi unit Pemuda Bakti Banua.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan oleh penulis sebagai dasar pembuatan rancangan karya akhir ini, maka rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan program *podcast* Pemuda Bicara dalam meningkatkan *brand image* unit Pemuda Bakti Banua?
2. Bagaimana tanggapan audiens terhadap visualisasi program *podcast* yang menarik di media sosial Instagram melalui tayangan *podcast* Pemuda Bicara dalam meningkatkan nilai *branding* unit Pemuda Bakti Banua?

## 1.3 Fokus Perancangan

Perancangan karya dalam tugas akhir ini membahas tentang konsep sebuah *podcast* Pemuda Bicara pada media sosial Instagram Pemuda Bakti Banua. Karya *podcast* Pemuda Bicara ini merupakan sebuah *talkshow live* Instagram yang dirancang dan dikonsepskan dengan tema yang berbeda setiap sesinya. Karya *podcast* ini akan ditayangkan secara langsung di media sosial Instagram dan diposting sebagai hasil karya yang akan masuk ke dalam *feeds* Instagram Pemuda Bakti Banua. Target audiens pada *podcast* Pemuda Bicara ini yaitu berusia antara 19-24 tahun ataupun sederhananya adalah mahasiswa aktif yang duduk dibangku perkuliahan saat ini. Adapun tema yang diangkat kali ini tidak jauh dari kehidupan mahasiswa untuk membangun *branding* sosial media Pemuda Bakti Banua kepada mahasiswa sebagai target audiens program *podcast* ini.

## 1.4 Tujuan Karya

Perancangan karya akhir ini membahas tentang unit Pemuda Bakti Banua yang ingin membangun *branding* secara luas yang semula jangkauannya hanya untuk beberapa wilayah di Kalimantan Selatan. Sehingga karya akhir ini dirancang untuk mendeskripsikan pemanfaatan sebuah program *podcast* Pemuda Bicara di media sosial Instagram dalam peningkatan *branding* bagi unit Pemuda Bakti Banua.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka perancangan karya ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui perancangan program *podcast* Pemuda Bicara dalam meningkatkan *brand image* unit Pemuda Bakti Banua
2. Mengetahui tanggapan audiens terhadap visualisasi program *podcast* yang menarik di media sosial Instagram melalui tayangan *podcast* Pemuda Bicara dalam meningkatkan nilai *branding* unit Pemuda Bakti Banua

## **1.5 Manfaat Karya**

Adapun manfaat yang diperoleh dari perancangan karya akhir ini secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut:

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, hasil perancangan karya ini adalah sebuah pengetahuan dan wawasan dalam bidang komunikasi terkhusus dibidang *marketing communication*. Dan hasil rancangan karya akhir ini dapat menjadi bahan referensi yang dapat digunakan sebuah perusahaan maupun organisasi sosial untuk dapat meningkatkan nilai dan *branding* pada pemanfaatan sosial media mengikuti tren saat ini.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

- a. Hasil dari perancangan karya ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi sebuah organisasi maupun perusahaan yang memiliki atau akan merancang program *podcast* sebagai pemanfaat penggunaan media sosial.
- b. Memberikan informasi kepada pembaca terkait bagaimana sebuah program dapat dijadikan sebagai nilai yang membangun *branding* organisasi maupun perusahaan.
- c. Hasil perancangan karya ini juga dapat pula menjadi referensi bagi mahasiswa lainnya yang akan menyusun perancangan karya akhir sesuai dengan tema ataupun projek pilihannya.

## **1.6 Jadwal Kegiatan**

### **1.6.1 Waktu dan Lokasi**

Waktu pelaksanaan perancangan karya dan juga pelaksanaan *podcast* Pemuda Bicara adalah periode magang bersertifikat Kampus Merdeka Batch

3 di Yayasan Hasnur Centre pada rentan waktu antara bulan Agustus sampai dengan bulan November 2022. Dalam perancangan dan pelaksanaan karya akhir ini dilakukan di kantor unit Digitaliz tepatnya di ruang studio lantai 2 gedung NHB. Yang berlokasi di Jl. Brigjen H. Hasan Basri, Handi Bakti Ray V Alalak, Kab. Barito Kuala, Kalimantan Selatan.

### 1.7 Jadwal Kegiatan

Berikut penulis lampirkan jadwal kegiatan pelaksanaan perancangan karya *podcast* Pemuda Bicara:

NO	Kegiatan	2022-2023				
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1	Tahap Praproduksi Rancangan Karya					
2	Tahap Produksi Rancangan Karya					
3	Tahap Pasca Produksi Rancangan Karya					
4	Pembuatan Tugas Akhir Perancangan Karya					
5	Sidang Perancangan Karya Akhir					

**Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Perancangan Karya**

Sumber: Olahan Data Penulis, 2022

### 1.8 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun perancangan karya akhir ini terdapat sistematika penulisan yang dilakukan oleh penulis diantaranya adalah:

- Pada bab 1, terdapat beberapa point yang dipaparkan oleh penulis dalam menyusun latar belakang yaitu fenomena yang terjadi terhadap objek yang didukung dengan data yang digunakan sebagai referensi, masalah dan urgensi pada perancangan karya, alasan pemilihan objek karya serta

metode perancangan karya tersebut secara singkat. Selanjutnya penulis juga memaparkan mengenai point-point penting dalam perancangan karya akhir ini yaitu rumusan masalah, fokus perancangan, tujuan karya, manfaat yang didapatkan, jadwal pelaksanaan kegiatan serta sistematika penulisan perancangan karya akhir.

- Pada bab 2, penulis memaparkan mengenai teori-teori pendukung yang digunakan sebagai acuan dalam perancangan karya akhir. Pemilihan teori-teori tersebut didasari oleh fokus pembahasan pada perancangan karya akhir ini, dimana nantinya teori-teori tersebut akan digunakan sebagai acuan dalam analisis pembahasan ataupun analisis hasil perancangan karya akhir ini. Selain itu juga terdapat referensi karya, dimana referensi karya ini digunakan sebagai referensi saat pelaksanaan atau produksi karya.
- Pada bab 3, membahas lebih dalam terkait metode dan konsep pelaksanaan produksi karya serta digunakan dalam perancangan karya akhir. Adapun susunannya yaitu gambaran terkait subjek perancangan karya yaitu dekripsi secara mendetail terkait profil, visi misi serta tujuan dari perusahaan tempat penulis melaksanakan projek perancangan karya akhir, lalu selanjutnya objek perancangan karya yaitu mengenai deskripsi karya yang akan diproduksi. Dilanjutkan dengan metode pengumpulan data, analisis permasalahan, konsep komunikasi, konsep kreatif serta skema perancangan produksi karya.
- Pada bab 4, penulis membahas dan menjawab mengenai pertanyaan dari rumusan masalah yaitu mengenai bagaimana proses perancangan karya akhir ini diproduksi dalam meningkatkan *brand image* serta menjadi media *branding* bagi unit Pemuda Bakti Banua, serta pada bab ini juga menganalisis terkait bagaimana hasil dari produksi karya tersebut dalam dimensi *branding* media sosial.
- Pada bab 5, penulis membahas mengenai kesimpulan dari perancangan hasil karya ini. Dari dua rumusan masalah yang telah dijawab secara detail pada bab sebelumnya yaitu bab 4, selanjutnya pada bagian kesimpulan penulis membuat simpulan dengan lebih rinci. Dari produksi konten

maupun perancangan karya akhir ini, penulis juga memberikan saran secara akademis maupun praktis untuk pihak perusahaan.