

SYNERGY

Jurnal Ilmiah Multidisiplin

<https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/sjim>

Vol.2 No 1, 2024, Hal. 27 - 40

ISSN 3025-7514

**ANALISIS PERSPEKTIF TIM KREATIF ATAS KONTEN PEMBERITAAN
PEMBANGUNAN IBU KOTA NEGARA DI AKUN MEDIA SOSIAL
INSRAGRAM MATA MILENIAL INDONESIA**

Nur Kholifah Safira

Universitas Indonesia Maju (UIMA), Jakarta

Abstrak

Penelitian ini berjudul “Analisis perspektif tim kreatif atas konten pemberitaan pembangunan ibu kota negara di akun instagram mata milenial indonesia” tujuan penelitian ini untuk mengetahui cara kerja tim kreatif media sosial dalam memberikan konten konten untuk menarik banyak audients diakun media sosial *instagram* mata milenial indonesia. metode penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif menggunakan data 3 orang informan sebagai sumber memperoleh data.pengertian analisis data sebagai “upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Tim Kreatif adalah sekumpulan orang yang pada posisi ini melakukan beberapa tugas seperti, menghasilkan ide-ide kreatif dan melakukan riset untuk mendukung program bahan kebutuhan, program menciptakan skrip dan mengadakan rapat untuk membahas tentang perencanaan dan program pembangunan. Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi adalah adanya media sosial. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etikan dan norma yang ada.50 karyawan, yang berpusat di daerah Jakarta Selatan, Salah satu konten yang disajikan dalam media sosial *instagram* Mata Milenial Indonesia adalah tentang pembangunan Ibu Kota Negara (IKN) yang baru. Berkaitan dengan hal tersebut, informasi dari konten yang disajikan di media sosial.

Kata Kunci: Analisis, Konten, *Instagram*

Abstract

This research is entitled " analysis of the creative team's perspective on news content on the development of the nation's capital on indonesian mata millennial instagram social media account". This research method uses qualitative research using data from 3 informants as a source of obtaining data. understanding of data analysis as "an effort to systematically search for and organize records of observations, interviews, and others to increase the researcher's understanding of the cases studied and present them as findings to others. The Creative Team is a group of people who in this position carry out several tasks such as generating creative ideas and conducting research to support material needs programs, programs creating scripts and holding meetings to discuss planning and development programs. The development of information technology brings a change in society. One result of technological developments is social media. The birth of social media makes people's behavior patterns experience a shift in culture, ethics and existing norms. 50 employees, based in the South Jakarta area. One of the content presented on the Indonesian Millennial Eye's Instagram social media is about the construction of a new National Capital City (IKN). In this regard, information from content presented on social media.

Keywords: Analysis, Content, Instagram

Alamat Korespondensi
E-mail: nkholifahsyfra@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi adalah adanya media sosial. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etikan dan norma yang ada. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dengan berbagai kultur suku, ras dan agama yang beraneka ragam memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik.

Menurut (Nasrullah, 2015) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (cognition), komunikasi (communicate) dan kerjasama (cooperation). Media sosial adalah teknologi berbasis situs web atau aplikasi android atau IOS yang dapat mengubah komunikasi kedalam bentuk dialog interaktif. Sosial media pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan cara kerja komputer. Tiga bentuk sosial, seperti pekenalan, komunikasi, dan kerja komunikasi bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagai adanya sistem diantara individu atau masyarakat.

Media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan kita. Memungkinkan kita untuk tetap terhubung dengan teman dan anggota keluarga yang jauh dari kita. Ini juga membantu kita terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama dengan kita. Selain itu, media sosial juga membantu kita untuk mempromosikan bisnis atau merek kita dengan cara yang efektif karena menyediakan platform bagi bisnis untuk menjangkau target audiens dengan mudah tanpa harus menghabiskan terlalu banyak uang untuk kampanye iklan. Sejumlah besar orang menggunakan media sosial setiap hari sehingga memudahkan bisnis untuk memasarkan produk atau layanan mereka melalui platform ini dengan mudah tanpa mengalami kesulitan apa pun.

Januari 2023, terdapat setidaknya 11,4 Ribu pengguna media sosial Instagram Mata Milenial Indonesia. Dengan kata lain, 70 persen dari total 11,4 Ribu pengguna Instagram Mata MilenialIndonesia berjenis kelamin Laki Laki menggunakan media sosial dan30 persen pengguna akun media sosial Instagram adalah perempuan.



Gambar 1 Grafik Pengguna media sosial di Indonesia

Sumber: DataIndonesia.Id, 2023

Dilansir dataindonesia.id pada 30 Maret 2023, Berdasarkan data Napoleon Cat, ada 106,72 juta pengguna media sosial di Indonesia hingga Februari 2023. Jumlah tersebut meningkat 12,9% dibandingkan pada bulan Januari 2023 yang sebesar 94,54 juta pengguna. Jika dibandingkan setahun sebelumnya, jumlah pengguna media sosial di Indonesia meningkat 4,9%. Pada Februari 2022, jumlah pengguna media sosial di dalam negeri tercatat sebanyak 101,76 juta

pengguna. Melihat trennya, pengguna media sosial di Indonesia sempat mengalami penurunan sejak Juni 2022 hingga Januari 2023. Namun, jumlahnya kembali mengalami kenaikan pada bulan lalu.

Pengguna media sosial berasal dari berbagai lapisan masyarakat yakni kalangan pengusaha, pegawai negeri, karyawan, anak sekolahan dan mahasiswa. Diantara penggunaanya ada yang berfikir untuk produktif dalam menggunakan handphone. Oleh karena itu banyak juga pengguna media sosial yang mencoba untuk mencari peluang dalam menyebarkan dan mendapatkan berbagai macam informasi.

Media sosial memiliki banyak peran dalam pengaplikasiannya terutama untuk menyebarkan informasi, sehingga juga digunakan oleh banyak perusahaan mediaonline, salah satunya adalah Mata Milenial Indonesia. Mata Milenial Indonesia adalah media yang menyiarkan berbagai program berkualitas dan media online yang terpercaya, menghibur, dan mencerdaskan bangsa.

Keberhasilan suatu konten dalam media online sangat penting karna ide dalam materi konten perlu dikembangkan agar program acara menjadi lebih menarik dan hasilnya bagus. Tim kreatif adalah beberapa anggota yang memberikan banyak ide menarik untuk menyarankan suatu konten yang terbaru dan menarik banyak penonton. Tim kreatif bertugas untuk mempelajari, mendalami dan mengembangkan desain program, serta mengidentifikasi sumber daya pendukung untuk mencapai hasil yang optimal. Sehingga tim kreatif harus memiliki banyak ide - ide yang menarik dalam membuat konten agar audiens tertarik dalam menyajikan konten.

Akun media sosial Mata Milenial Indonesia memberikan informasi tentang kehidupan Negara Indonesia. Mata Milenial Indonesia memberikan informasiseputar keunikan negara yang kaya akan sumber daya alamnya. Salah satunya adanya pemberitaan pembangunan ibu kota negara baru di penajam paser Kalimantan Timur. Informasi mengenai topik tersebut menarik banyak perhatian followers dari instagram Mata Milenial Indonesia. Hal ini terbukti dari beberapa judul konten instagram Mata Milenial Indonesia yang meraih viewers terbanyak diakunya seperti judul

1. Pembangunan Ibu Kota Negara Nusantara akan meningkatkan SDM dan kesejahteraan masyarakat Kalimantan Timur dengan 147 viewers
2. Ibu Kota Negara Nusantara akan menjadi salah satu pusat peradaban dunia dengan 218 viewers
3. Ibu Kota Negara Nusantara peluang potensial pengembangan pariwisata di Kalimantan Timur dengan 160 viewers

Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti beberapa judul yang terbaik dengan perpindahan Ibu Kota Negara Baru. Karena dengan adanya konten pemberitaan pembangunan ibu kota diakun media sosial orang orang akan dapat dengan mudah mendapatkan informasi tentang ibu kota baru atau yang biasa disebut dengan Nusantara, dari hasil data yang di dapat dari kompas.commentri PPN/Kepala Bappenas Suharso Monoarfa secara resmi memaparkan nama ibu kota negara baru (IKN) yaitu nusantara yang terletak diwilayah Penajam Paser Utara, Kalimantan Timur. Suharso mengungkapkan, nama nusantara dipilih dari sekitar 80 nama lain yang diusulkan, antara lain Negara Jaya, Nusantara Jaya, Nusa Karya, Nusa Jaya, Pertiwipura, Cakrawalapura, Kertanegara. Alasannya adalah Nusantara sudah dikenal sejak dulu, dan ikonik di internasional, mudah dan menggambarkan kenusantaraan kita semua republik indonesia.)

Adapun konten yang disajikan dalam media sosial instagram Mata Milenial Indonesia adalah tentang pembangunan Ibu Kota Negara baru. Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan akun media sosial instagram Mata Milenial Indonesia terkait penelitian pemberitaan pembangunan ibu kota. konten instagram pemberitaan perpindahan ibu kota negara dan peneliti ingin melihat cara kerja tim kreatif di akun Instagram Mata Milenial Indonesia yang berhubungan dengan pemberitaan pembangunan Ibu Kota Negara Baru dan perspektif tim kreatif dalam pemberitaan pembangunan Ibu Kota Negara Baru.

METODE

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan studi deskriptif. Dalam penelitian kualitatif, peneliti harus menggambarkan atau mendeskripsikan secara rinci, lengkap dan akurat. Dimana peneliti bermaksud untuk mengetahui dan memahami permasalahan secara mendalam dan mencari informasi sebanyak mungkin dengan metode pengumpulan data yang terdapat dalam penelitian kualitatif. Permasalahan yang akan dikaji oleh peneliti merupakan masalah yang bersifat sosial.

penelitian kualitatif menggunakan sistem analisis yang memiliki data berupa kata kata secara tertulis maupun kata kata secara lisan dan mempertimbangkan pendapat orang lain yang disebut narasumber, selain itu penelitian kualitatif secara deskriptif digunakan untuk meneliti sebuah kondisi yang alamiah seperti fenomena sosial, perilaku dan perspektif. Dalam hal ini pneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengungkapkan informasi secara mendalam mengenai bagaimana perspektif *followers* terhadap informasi portal *instagram*Mata Milenial Indonesia.

Tahapan penelitian ini diawali dengan melihat secara detail tentang pemberitaan dan reaksi konten Ibu Kota Negara (IKN) yang baru di *Instagram*MataMilenialIndonesia. Tahap selanjutnya meminta ijin untuk melakukan penelitian kepada Mata Milenial Indonesia dengan objek penelitian yang merupakan akun *Instagram* resmi dari Mata Milenial Indonesia. Setelah mendapatkan izin, peneliti melakukan observasi siapa saja tim kreatif yang bisa dijadikan informan. Dalam riset ini pengumpulan data yang dilakukan adalah dengan cara wawancara dan observasi di *Instagram*MataMilenialIndonesia.

Informan menjadi sumber data primer atau utama dalam penelitian ini. Pertimbangan dalam memilih informan yaitu *follower*tersebut bersedia menjadi informan, merupakan *followers* pada akun Mata Milenial Indonesia. Menjadi *followers* atau penggikut aktif portal tersebut. Peneliti berhak menentukan siapa saja yang menjadi informan, peneliti juga berhak menghapus informan yang dianggap tidak layak. Sumber data primer yang didapat dari informan ialah antara lain dari catatan hasil wawancara, rekaman hasil lisan maupun tulisan, dan data-data mengenai informan. Ada 3 narasumber yang akan dijadikan sebagi informan dan akan diwawancarai untuk mendapatkan data-data valid yang dibutuhkan.

Tabel 1 : Daftar Informan

No.	Nama	Instagram	Usia	Jabatan
1.	Ilman Khoirul Umam	Ilman_khu	35 tahun	Sekretaris redaksi
2.	Gita Azizah Ahmad	Watasiwagi	24 tahun	Sosial media officer
3.	Intan Rizky Noviani	Intanzky.n	24 tahun	Video editor officer

Sumber data sekunder dari penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim Kreatif adalah sekumpulan orang yang pada posisi ini melakukan beberapa tugas seperti, menghasilkan ide-ide kreatif dan melakukan riset untuk mendukung program bahan kebutuhan, program menciptakan skrip dan mengadakan rapat untuk membahas tentang perencanaan dan program pembangunan.Tim kreatif umumnya terdiri dari *Creativedirector*, pembuat naskah/*copywriter*, pengisi suara, *mixingman*/operator produksi yang semuanya itu saling berkaitan satu sama lainnya apabila salah satunya tidak ada pasti dalam pembuatannya tidak akan maksimal.

Selain itu, keberadaan tim kreatif dianggap penting dalam sebuah organisasi maupun perusahaan karena keputusan yang kreatif penting untuk kelangsungan efektivitas organisasi, karena keberadaannya berpengaruh langsung terhadap produktivitas, memberi sumbangan dalam riset dan strategi pemunculan produk baru ataupun penyelesaian permasalahan. Tim kreatif pada sebuah stasiun televisi merupakan sebuah tim yang memiliki jumlah anggota tertentu. tim adalah sebuah interaksi interpersonal yang terstruktur dalam mencapai sebuah tujuan. (Wulandari, 2012)

Kreatif direktor

Kreatif direktor adalah orang yang bertugas membuat suatu tugas seperti membuat konsep kreatif, mengawasi pekerjaan tim, dan membuat laporan kinerja tim. Sedangkan di Mata Milenial Indonesia sendiri kreatif direktor di sebut dengan sekretaris redaksi yang dimana tugasnya hampir sama dengan kreatif direktor. Sekretaris redaksi Mata Milenial Indonesia juga mempunyai beberapa tim yang membantu membuat suatu konten di akun *Instagram* yaitu admin sosial media officer dan video editor officer.

Admin sosial media officer

Admin sosial media officer adalah suatu pekerjaan yang dapat mengelolah suatu platform yang digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi kepada para audients di sosial media untuk menarik minat suatu berita atau iklan yang di promosikan melalui media sosial. Biasanya tugas Admin sosial media Mata Milenial Indonesia membuat suatu konten planning yang akan di upload selama satu bulan, membuat judul berita, membuat naskah berita, mencari hastag yang sedang trending, dan selalu membalas komenan audients di media sosial. selain Admin sosial media Mata milenial Indonesia mempunyai tim kreatif ya itu Video editor officer.

Video editor officer

Video editor officer adalah seseorang yang bertanggung jawab dalam menyatukan materi konten yang akan di upload di sosial media untuk dapat di nikmatin oleh banyak audients. Biasanya tugas video editor di Mata Milenial Indonesia menyatukan hasil materi, membuat efek suara, , membuat footage, dan memberikan hasil video editing yang kreatif dan unik untuk dapat menarik audients.

Dari hasil penjelasan di atas tugas tugas tim kreatif Mata Milenial Indonesia ada beberapa yang dapat di jelaskan sebagai berikut ini. Sebagai sekretaris redaksi Mata Milenial Indonesia yang bertanggung jawab sebagai ketua tim kreatif hal ini disampaikan oleh Ilman Khoirul Umam selaku sekretaris redaksi Mata Milenial Indonesia *Key Informan 1*. (04-08-2023).

Untuk tim kreatif di Mata Milenial Indonesia itu Pertama kita sebagai pimpinan harus memaparkan dulu jobdesk yang harus di kerjakan untuk hari ini. Kalo dalam bulanan kita memaparkan apa saja visi kita atau planning kita dalam sebulan kedepan, untuk harian kita biasanya ada brifing dulu terkait konten apa yang akan di tayangkan hari ini.

Membuat konten planning

Konten planning adalah suatu pekerjaan yang membuat suatu konten berita sangat penting untuk dapat memaparkan tahapan tahapan yang akan di lakukan pada saat pembuatan konten, Di Mata Milenial Indonesia konten planning biasanya di buat selama sebulan. Ilman khoirul Umam selaku sekretaris redaksi Mata Milenial Indonesia sebagai *Key Informan 1* menjelaskan tentang konten planning.

Okey. Untuk konten planning itu sendiri kalo di Mata Milenial Indonesia tim kreatif yang bertugas membuat konten planning adalah Admin sosial media officer, admin sosial media membuat konten planning selama sebulan biasanya berita berita yang ringan seperti life style, hobby, kuliner, tempat tempat wisata.

Setelah admin sosial media membuat suatu konten planning dan sudah di acc dari atasan langkah keduanya adalah pembuatan naskah berita yang dimana di sosial media Mata Milenial Indonesia itu sendiri pembuatan naskahnya biasanya membuat 3-6 naskah berita perharinya.

Membuat naskah untuk konten planning

Diketahui bahwa dalam proses pembuatan naskah suatu program khususnya tim kreatif Mata Milenial Indonesia bertugas untuk dapat membuat naskah, untuk dapat di diskusikan oleh tim kreatif secara bersama sama terkait konten yang akan di angkat. Hal ini yang disampaikan langsung oleh Ilman Khoirul Umam *Key Informan 1*. Dikarenakan isu yang lagi hangat di bahas adalah Ibu Kota Negara Baru.

Kemudian setelah itu dari tim penulis akan menulis isu yang di rapatkan bahwa misalkan isunya tentang pembangunan IKN nah nanti tim penulis berita akan mencari berita tentang pembangunan IKN. Sesudah didapatkan tentang isu IKN langsung dikumpulkan beritanya kemudian dibuatkan naskahnya oleh admin sosial media Mata Milenial Indonesia.

Hal yang dilakukan langsung oleh Gita Azizah Ahmad selaku *Key Informan 2* sebagai Admin Sosial media selaku tim kreatif di Mata Milenial Indonesia (04-08-2023)

Yang dilakukan ya? Karna saya di divisi sosial media yaa... jadi untuk pembuatan berita IKN itu saya membantu untuk membuat resume berita, mencari di portal portal berita tentang memuat berita IKN, mencari berita terbaru tentang perkembangan IKN saat ini dan lalu saya lanjutkan ke tim penulisan naskah berita untuk di teruskan kembali.

Gita Azizah Ahmad selaku *Key Informan 2* memberitahukan setelah pembuatan naskah Ibu Kota negara Baru. tugas selanjutnya mencari gambar berita yang akan di buat seperti berita Ibu Kota Negara Baru berarti yang harus di cari gambar Ibu Kota Negara Baru sesuai dengan tema dan judul yang sudah di buat di naskah berita

Mencari gambar untuk konten

Hal yang di rasakan juga oleh Gita Azizah Ahmas selaku admin sosial media Mata Milenial Indonesia sebagai *Key Informan 2*. Tentang mencari gambar konten.

Sebagai admin sosial media officer dalam mencari berita harus lebih berhati hati karna setiap gambar yang kita ambil di internet ada hak ciptanya masing masing. Palingan kalo dari saya sendiri mencari gambar biasanya yang sudah resmni dari pemerintahan karna biasanya yang dari pemerintahan tidak apa apa bila di gunakan oleh konten berita. Apalagi untuk gambar gambar konten Ibu Kota Negara Baru kita pasti mengambil gambar di internet yang pemerintah sudah share dan kita jadikan konten berita.

Tahap selanjutnya setelah membuat naskah berita dan mencari berita Tim kreatif Mata Milenial Indonesia akan melakukan evaluasi hasil konten yang telah di buat oleh Intan Rizky selaku *Key Informan 3* sebagai Editing video officer.

Mengevaluasi hasil konten

Dalam membuat suatu konten tim kreatif akan melakukan hasil konten dengan mengevaluasi untuk meminimalisir kesalahan yang terjadi saat proses produksi setelah tim video editor membuat konten planning yang akan di upload di sosial media agar tidak terjadi kesalahan saat menentukan konten materi yang telah di buat oleh tim kreatif. Dalam hal ini Ilman Khoirul

Umam sebagai sekretaris redaksi Mata Milenial Indonesia selaku *Key Informan 1*, menyampaikan bahwa :

Jika beritanya sudah di kumpulkan kemudian dibuatkan naskahnya setelah itu di kirim ke editor nah nanti editor akan melakukan editing videonyah setelah itu baru di preview oleh produser. Jika dalam preview tidak ada kesalah dalam gambar ataupun tulisan dan VO nah itu baru di ACC dan bisa di upload di media sosial.

Selanjutnya setelah tim kreatif Mata Milenial Indonesia melakukan tahap akhir konten yaitu evaluasi Tim kreatif akan melakukan tugas lainya yaitu dengan mencari target audients untuk konten berita yang akan di upload di sosial media *Instagram*.

Mencari target audients

Dalam konten Ibu Kota Negara Baru ini biasanya berapa saja target umur audients di akun media sosial Mata Melenial Indonesia karna biasanya kebanyakan orang yang ingin tau tentang dunia politik hanya orang orang yang berumur sekitar umur di atas 25 tahun sampai 50 tahun menurut Ilman Khoirul Umam dan Gita Azizah sebagai sekretaris redaksi dan Admin Sosial Media selaku *Key Informan 1* dan *2* mengatakan

Secara umum targetnya anak milenial yang usianya itu anak anak muda, kemudian dari segi gander kita lebih banyak itu 60% hampir laki laki dan 40% nya itu perempuan kemudian untuk umur 25tahun sampai dengan umur 35tahun adalah penonton yang paling banyak sekitar kisaran 60% dan sisanya itu umur 36 tahun keatas 40%an. Kemudian untuk demografsnya dalam hal lokasi lebih banyak didaerah jakarta kemudian bandung kalimantan dan ada pula dari luar negri.

Waktu penayangan konten

Salah satu alasan kenapa penayangan konten itu penting di karenakan setiap orang tidak membuka media sosial diwaktu yang sama, maka dari itu media sosial Mata Milenial Indonesia mempunyai jam penayangan di setiap konten yang akan di tayangkan pada hari tersebut selaku *Key Informan 2*, Gita sebagai Admin Sosial Media memberitahukan bahwa.

Setiap hari konten Mata Milenial Indonesia memberikan berita seperti 3 breaking news dan 3 flash news di waktu yang berbeda beda seperti di jam jam istirahat para pekerja sekitar jam 11.00 – 15.00 karena biasanya di jam segitu orang orang banyak membuka media sosial

Diketahui juga bahwa peran dari tim kreatif Mata Milenial Indonesia juga menentukan pembagian tugas masing masing tim, seperti sekretaris redaksi tentunya tugasnya awalnya memberikan tema konten yang ingin di produksi pada hari ini, sedangkan Admin sosial media bertugas untuk mencari judul yang akan di upload untuk konten yang sudah sekretaris redaksi berikan, setelah itu Video editor mencari gambar sesuai tema yang telah di tentukan, setelah itu tentunya masing masing tim harus melaporkan bagaimana hasil kerja nya kepada sekretaris redaksi untuk di tentukan apakah sudah bisa di upload di akun sosial media.

Salah satu alasan mengapa seorang tim kreatif mempunyai tanggung jawab penting untuk memberikan suatu arahan dalam membuat suatu konten planning yang akan di perlihatkan oleh banyaknya audients di media sosial. Bukan semata mata hanya memberikan arahan kepada tim tim yang lain, tapi tim kreatif bertanggung jawab atas isi konten berita yang akan dilihat oleh banyak audients yang mempercayai akun *Instagram* Mata Milenial Indonesia sebagai informasi terupdate dan terpercaya.

Dengan demikian peneliti dapat menyimpulkan bahwa sebagai seorang tim kreatif harus bertanggung jawab atas semua isi konten berita, dari mulai mencari tema apa yang akan di upload di sosial media, membuat naskah berita, mencari gambar, dan mengevaluasi hasil konten berita, selain itu juga tim kreatif bertanggung jawab atas komentar-komentar positif dan negatif dari para audiens tentang isu berita tersebut.

Perspektif Tim Kreatif

Dalam penentuan konten berita membutuhkan suatu perspektif dari tim kreatif itu sendiri khususnya yang membuat hasil konten yang tentunya akan dilihat banyak audiens yang berbeda-beda sudut pandangnya dan juga usia.

Sebab, manusia adalah makhluk sosial yang mempunyai pandangan berbeda-beda terhadap objek yang dilihat. Oleh karena itu seringkali ada suatu perbedaan perspektif yang memicu terjadinya perbedaan pendapat. Didalam berbagai bidang perspektif mempunyai arti yang cenderung berbeda-beda, dimana hal itu disesuaikan dengan tujuannya masing-masing dalam kehidupan sehari-hari. Perspektif kadang menjadi salah satu acuan untuk menentukan keputusan suatu masalah yang sedang mereka pikirkan atau bicarakan.

Dalam membuat suatu konten berita Tim kreatif juga harus mempertahankan eksistensi konten berita yang dibuat, maka dengan ini tim kreatif melakukan beberapa hasil kegiatan khususnya cara pandang tim kreatif tentang konten berita yang sudah dibuat. Sehingga tim juga dapat memberikan perspektifnya masing-masing saat ada audiens yang berkomentar di akun sosial media *Instagram* Mata Milenial Indonesia. Hal ini dilakukan oleh Ilman Khoirul Umam selaku *Key Informan 1*. Yang menyampaikan bahwa:

Sebagai Tim kreatif selaku sekretaris redaksi di Mata Milenial Indonesia seperti apa pandangan tentang perpindahan isu Ibu Kota Negara Baru?

Pandangan kami dari perpindahan ibu kota negara itu sesuatu hal yang sangat positif dikarenakan melihat dari kondisi Jakarta sendiri yang sudah kurang mampu menampung beban khususnya lingkungan di Jakarta, kemudian juga untuk cuaca dan polusinya juga sudah makin banyak makanya ini sudah tidak baik untuk dijadikan ibu kota sebagai pusat pemerintahan di Jakarta.

Dan gimana cara kalian sebagai Tim kreatif menghadapi perspektif yang berbeda-beda terhadap berita tentang isu perpindahan Ibu Kota Negara Baru?

Berkaitan dengan konten Ibu Kota Negara baru, Hal ini disampaikan juga oleh Gita Azizah Ahmad selaku *Key Informan 2* memberikan perspektif tentang isu perpindahan Ibu Kota Negara

Untuk perspektif tentang perpindahan ibu kota negara sebenarnya setuju setuju saja ya, karena benar yang dikatakan oleh sekretaris redaksi Ilman Khoirul Umam itu sendiri, Jakarta sudah tidak bisa menjadi tujuan orang untuk mencari kerja karena banyak faktornya seperti kemacetan, polusi udara yang makin buruk dan pengangguran di Jakarta makin banyak karena tingkat saingnya makin tinggi. Jadi untuk perpindahan ibu kota yaaa... ide yang bagus agar orang-orang dapat lebih banyak lagi mempunyai lowongan pekerjaan di daerah selain Jakarta.

Ada beberapa konten Ibu Kota Negara di sosial media Mata Milenial Indonesia. Peneliti melihat dari hasil konten yang banyak memiliki viewers yaitu tentang pemberitaan pembangunan pariwisata di daerah Kalimantan Timur karena daerah tersebut yang rawat terjadi bencana seperti gempa bumi dan faktor lainnya untuk meningkatkan SDM di daerah tersebut untuk dijadikan peluang pekerjaan oleh warga lokal karena akan ada banyak wisatawan yang berkunjung di daerah Kalimantan Timur. Tentu hal ini disampaikan juga oleh Bapak Ilman Khoirul Umam sebagai *Key Informan 1* tentang perspektif berita pembangunan Ibu Kota Baru yang saat ini banyak ditonton oleh banyak audiens, sebagai berikut :

IKN NUSANTARA PELUANG POTENSIAL PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KALIMANTAN TIMUR



Dalam konten ini tim kreatif Mata Milenial Indonesia melihat konten pengembangan pariwisata di Kalimantan Timur itu sendiri agar masyarakat Indonesia tau bagaimana proses pembangunan pariwisata di Ibu Kota Negara Baru. Ilman Khoirul Umam selaku *Key Informan 1* menjelaskan:

Ini untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa pembangunan IKN Nusantara itu berpotensi besar dalam hal sektor pariwisata. Hal ini jadi membuat banyak wisatawan lokal dan wisatawan asing yang penasaran bagaimana ibu kota Negara baru di daerah Kalimantan Timur.

Selain itu Gita Azizah Ahmad selaku *Key Informan 2* menyampaikan tentang konten pengembangan pariwisata di kota Kalimantan Timur menjadi suatu berita yang akan mudah di mengerti banyak audients.

Untuk konten pengembangan pariwisatanya si dapat mudah di mengerti oleh banyak audients ya, karena dari judulnya aja udah jelas tentang pembangunan pariwisata di Ibu Kota Negara Baru yang dimana banyak masyarakat seluruh Indonesia mengerti tentang konten tersebut dan banyak juga yang mendukung tentang pembangunan pariwisatanya itu sendiri si dan yang pastinya banyak orang yang akan berkunjung ke Kalimantan Timur untuk sekedar berkunjung liburan atau menetap tinggal di Ibu Kota Negara Baru Kalimantan Timur.

Intan Rizky Noviani selaku *Key Informan 3* sebagai video editing Mata Milenial Indonesia terkait konten gambar pembangunan Ibu Kota Negara Baru menyampaikan hal yang sama, dengan mengatakan :

Tentang konten tersebut di Mata Milenial Indonesia itu sendiri sudah memberikan informasi sesuai dengan yang terjadi di lokasi tempat tersebut. dari hasil gambar pembangunan Pariwisata di Ibu Kota Negara Baru itu diambil langsung dari pemerintah yang membagikan melalui internet, setelah itu kita mendapatkan gambar pembangunan Ibu Kota Negara Baru, kita langsung dapat mengedit konten tersebut untuk editingnya biasanya menggunakan aplikasi adobe premier setelah di edit pastinya aku akan mengirim ke bagian pemimpin untuk di evaluasi hasil konten tersebut.

Pembangunan Ikn Nusantara Akan Meningkatkan SDM dan Kesejahteraan Masyarakat Kalimantan Timur

Dalam konten ini tim kreatif Mata Milenial Indonesia melihat peluang pembangunan di Ibu Kota Negara Baru sangat memungkinkan untuk meningkatkan SDM warga lokal Kalimantan Timur. Ilman Khoirul Umam selaku *Key Informan 1* menyampaikan bahwa:



Kita memberikan informasi dan edukasi kepada masyarakat bahwa realitanya pembangunan IKN Nusantara di Kalimantan Timur ini mampu meningkatkan SDM. Kenapa karna disana itu ada masyarakat masyarakat lokal yang mana mereka mengakui bahwa disana itu sedikit tertinggal dalam hal skill dan sebagainya tetapi dari pemerintah dan otorita juga melakukan pelatihan pelatihan sumber daya manusia yang mana dapat meningkatkan skill mereka dalam hal kompetensinya sehingga mereka dapat berdaya saing.

Ilman Khoirul Umam selaku *Key Informan 1* menjelaskan juga tentang persaingan untuk meningkatkan SDM di daerah Kalimantan Timur sebagai berikut:

Ketika mereka mampu berdaya saing dalam hal dunia kerja mereka juga dapat meningkatkan kesejahteraan mereka karna mereka bekerja kemudian keterampilanya juga punya ataupun berbisnis ataupun sebagainya. ketika berbisnisnya dia bisa berkelolah dengan baik menggunakan digital ataupun dengan teknologi terkini ataupun dengan konsep ilmu digital yang sekarang maka mereka mampu meningkatkan kesejahteraan mereka.

Dan juga Gita Azizah Ahmad selaku *Key Informan 2* menyampaikan tentang konten meningkatkan SDM warga lokal Kalimantan Timur itu sendiri sangat membuat masyarakat di indonesia memiliki banyak peluang pekerjaan.

Nah dari hasil konten tersebut kan kita pasti bisa memastikan banyak orang akan berbondong bondong datang ke Ibu Kota Negara Baru Kalimantan Timur untuk melihat lihat pengembangan SDM nya contohnya kaya tempat tinggalnya, pekerjaan warga lokalnya seperti apa dan tempat pariwisatanya.

Intan Rizky Noviani menyampaikan hal yang sama dengan Gita Azizah Ahmad tentang konten meningkatkan SDM masyarakat Kalimantan Timur itu sendiri mempunyai banyak keuntunganya contohnya :

Tentang meningkatkan SDM dan kesejahteraan masyarakat kalimantan itu sendiri akan berdampak positif karena bukan hanya meningkatkan SDM masyarakat kota Kalimantan Timur saja tetapi juga bisa memberikan peluang pekerjaan kepada masyarakat Indonesia khususnya yang lagi mencari pekerjaan di daerah DKI jakarta.

Ikn Nusantara Akan Menjadi Salah Satu Pusat Peradaban Dunia



Dalam konten ini Ilman Khoirul Umam sebagai *Key Informan 1*, menjelaskan juga tentang konten Ibu Kota Negara Baru akan menjadi pusat peradaban dunia.

inilah yang unik sekali dalam peradaban pembangunan IKN ini karna kan pembangunan IKN ini mengusung smart city dan smart flores yang artian ramah terhadap lingkungan tidak merusak lingkungan seperti hutan.

Ilman Khoirul Umam selaku *key Informan 1* juga menjelaskan tentang pusat peradaban dunia di Kalimantan Timur yang mampu bersaing dengan teknologi luar negeri sebagai berikut :

karna disana tuh kan memiliki teknologi teknologi yang mutahir seperti disana juga ada bendungan. disana bendungan untuk mengaliri untuk irigrasinya untuk minum dan sebagainya dan disana juga akan dibentuk PLTS kemudian memanfaatkan teknologi terkini yang mutahin dan teknologi listrik kemudian memanfaatkan teknologi yang ramah lingkungan sehingga negara negara luar pun akan mencontohkan indonesia karna kan semua negara mempunyai misinya ataupun target untuk mencapai mengurangi emisi karbon.

Gita Azizah Ahmad selaku *Key Informan 2* juga mengatakan bahwa Ibu Kota Negara Baru akan berpotensi menjadi pusat peradaban dunia karena yang sudah di jelaskan langsung oleh Ilman Khoirul Umam dalam wawancara di atas. Gita mengatakan :

Nah untuk aku sendiri ya sebagai Admin sosial Media yang membuat naskah konten Ibu Kota Negara Baru yang satu ini ada benarnya juga dengan konten ini Karena dalam isi konten di jelaskan bahwa warga lokal harus mengetahui semua budaya, politik, dan keunikan di kota kalimantan Timur untuk dapat menjelaskan kepada masyarakat luar

kalimantan Timur. Karena dengan mengembangkan ini banyak teknologi teknologi canggih yang akan di bangun di Ibu Kota Kalimantan Timur.

Selain itu Intan Rizky Noviani selaku *Key Informan 3* menjelaskan tentang konten Ibu Kota Negara Indonesia akan menjadi pusat peradaban dunia. Intan juga memaparkan bahwa :

Dalam isi konten tersebut menurut saya sebagai masyarakat luar Kalimantan Timur percaya dengan Ibu Kota Negara Baru akan menjadi pusat peradaban dunia karena dari segi teknologinya saja sudah mengikuti jaman yang dimana teknologi sekarang lebih canggih dibanding dengan teknologi tahun tahun yang lalu.

Dari hasil wawancara di atas diketahui bahwa Tim Kreatif Mata Milenial Indonesia tidak hanya memberikan berita yang biasa tetapi tim kreatif memberikan berita yang banyak di pertanyakan oleh masyarakat indonesia tentang isu konten Ibu Kota Negara Baru dan tim kreatif juga mempunyai sudut pandang terhadap konten tersebut sehingga tim kreatif dapat membuat konten yang maksimal agar dapat membuat konten yang menarik perhatian audients, sehingga audients dapat meluangkan waktu untuk menonton konten Ibu Kota Negara baru di akun *Instagram* Mata Milenial Indonesia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian Analisis konten pemberitaan pembangunan ibu kota negara di akun media sosial *Instagram* mata milenial Indonesia, proses pembuatan konten Ibu Kota Negara di media sosial *Instagram* Mata Milenial Indonesia terdiri dari beberapa tahap. Pertama, membuat konten perencanaan dengan mencari informasi mengenai kondisi terkini Ibu Kota Negara Baru. Kedua, membuat naskah berita sesuai tema dan judul tentang Ibu Kota Negara Baru. Ketiga, mencari gambar proses pembangunan Ibu Kota Negara Baru. Keempat, mengedit video. Kelima, mengevaluasi hasil konten yang akan di tayangkan di media sosial Mata Milenial Indonesia. keenam, mencari target audients untuk menarik minat penonton saat jam jam audients sibuk dengan sosial media. dan yang terakhir atau tahapan yang ketujuh, menentukan waktu penayangan konten di media sosial *Instagram* Mata Milenial Indonesia.

Sementara itu untuk penelitian ini juga memberikan gambaran perspektif tim media sosial Mata Milenial Indonesia terhadap konten Ibu Kota Negara Baru. Berdasarkan hasil penelitian, maka perspektif tim media sosial terhadap pembangunan Ibu Kota Negara Baru yang tertuang di dalam konten di akun media sosialnya adalah mendukung pembangunan Ibu Kota Negara Baru tersebut. hal ini di gambarkan melalui konten konten positif mengenai IKN.

Tim media sosial Mata milenial Indonesia mendorong masyarakat untuk mendukung juga program pemerintah dalam membangun IKN hal ini disebabkan karna lebih banyaknya manfaat pembangunan IKN yang menjadi solusi dari permasalahan di Ibu Kota Negara saat ini yakni Jakarta.

Saran

Diharapkan kepada akun *Instagram* Mata Milenial Indonesia senantiasa selalu memberikan konten yang bermanfaat terutama berita seputar tentang indonesia agar masyarakat dapat mengetahui lebih banyak informasi lain dari akun media sosial *Instagram* Mata Milenial Indonesia. dan memberikan konten konten yang lebih kreatif dan unik agar dapat di jangkau oleh masyarakat indonesia ataupun dari luar indonesia dan semakin baik kedepanya.

Adapun saran yang diberikan peneliti sebagai bahan pertimbangan tim kreatif untuk kemajuan dalam konten di akun media sosial Mata Milenial Indonesia dalam membuat konten berita di tingkatkan lagi agar dapat menghasilkan konten yang menarik banyak audients untuk di baca, diharapkan kepada Mata Milenial Indonesia selalu memberikan berita berita yang dapat

membuat audients mendapatkan banyak ilmu pengetahuan lebih banyak terutama seputar berita berita seru yang bermanfaat untuk peneliti dan masyarakat indonesia ataupun luar indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Brogan, C. (2010). *Social media 101: Tactics and tips to develop your business online*. John Wiley & Sons.
- Effendi, M. (2009). Peranan internet sebagai media komunikasi. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 130–142.
- Gamble, M. W., & Gamble, T. K. (1986). *Introducing mass media*. New York.
- Irfan, M. (2021). *Perspektif Pengguna Gadget Mengenai Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Informasi Berita Lokal (Studi Kasus Karyawan Perkebunan Bungara Kecamatan Bahorok Langkat)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Lembang, R. D., & SUGIONO, S. (2010). *Analisis pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan cuaca terhadap keputusan pembelian teh siap minum dalam kemasan merek teh botol sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler II Universitas Diponegoro)*. Perpustakaan Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Lewis, B. K. (2009). *Social media and strategic communication: Attitudes and perceptions among college students*.
- McQuail, D. (1987). *Teori komunikasi massa: Suatu pengantar*. Jakarta: Erlangga. 2011. *Teori Komunikasi Massa*.
- MUKHTY, W. (2017). *PERAN TIM KREATIF DALAM PRODUKSI PROGRAM ACARA INI TALK SHOW DI NET TV*. Universitas Mercu Buana Jakarta.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- Nurudin, N. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. RajaGrafindo Persada.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Deepublish.
- Pradinata, M. A. (2018). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DAN INFORMASI TRAVELER (Studi Netnografi pada Grup Facebook "Backpacker Dunia")*. UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN YOGYAKARTA.
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95.
- Wulandari, S. M. (2012). Peran Tim Kreatif dalam Pengemasan Program Wayang 975 di Motion Radio. *Jurnal Bina Nusantara University*.

Artikel

<https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-instagram-di-ri-capai-10672-juta-hingga-februari-2023>

<https://goodstats.id/article/whatsapp-teratas-ini-7-media-sosial-paling-banyak-digunakan-warganet-indonesia-sepanjang-2022-ijklw>

<https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/meulaboh/id/data-publikasi/artikel/2862-media-sosial.html> (media sosial)

<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/> (pengertian sosial media menurut para ahli)

<https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/> (fungsi sosial media)

<https://fungsi.co.id/apa-saja-fungsi-media-sosial/> (fungsi sosial media)

<https://ptkomunikasi.wordpress.com/2012/06/11/pengertian-media-sosial-peran-serta-fungsinya/> (pengertian media sosial)

<https://www.komunikasipraktis.com/2019/05/pengertian-konten-dan-jenis-jenisnya.html> (pengertian konten)