

**PENGEMBANGAN *FRAMEWORK* INDUSTRI KONTEN  
DIGITAL DALAM PERSPEKTIF *SOCIETY 5.0*  
DI KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**Oleh**

**Putri**

200 4030 060

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2024**

**PENGEMBANGAN *FRAMEWORK* INDUSTRI KONTEN  
DIGITAL DALAM PERSPEKTIF *SOCIETY 5.0*  
DI KOTA PALOPO**

*Skripsi*

*Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo untuk  
Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana  
pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



**IAIN PALOPO**

Oleh  
**PUTRI**  
200 4030 060

Pembimbing  
**Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2024**

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri  
NIM : 20 040 3 0060  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 25 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan

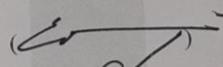
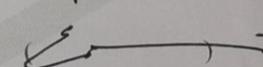
  
Putri  
NIM. 20 0403 0060

## HALAMAN PENGESAHAN

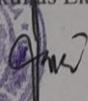
Skripsi berjudul Pengembangan *Framework* Industri Konten Digital dalam Perspektif *Society 5.0* di Kota Palopo yang ditulis oleh Putri Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2004030060, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 22 Januari 2025 Miladiyah bertepatan dengan 22 Rajab 1446 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

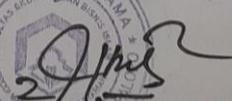
Palopo, 4 Februari 2025

### TIM PENGUJI

- |                                      |                   |   |
|--------------------------------------|-------------------|---|
| 1. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.    | Ketua Sidang      | (  )  |
| 2. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I.        | Sekretaris Sidang | (  ) |
| 3. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom.  | Penguji I         | (  ) |
| 4. Muh. Nur Alam Muhajir, Lc., M.Si. | Penguji II        | (  ) |
| 5. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.    | Pembimbing        | (  ) |

### Mengetahui:

  
Rektor IAIN Palopo  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
  
Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
NIP 198201242009012006

  
Ketua Program Studi  
Manajemen Bisnis Syariah  
  
Akbar Sabani, S.EI., M.E.  
NIDN 2005048501

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ  
وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

Puji syukur penulis peneliti panjatkan kepada Allah swt. Yang telah menganugraahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengembangan *Framework* Industri Konten Digital dalam Perspektif *Society 5.0* di Kota Palopo” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat serta salam kepada Nabi Muhammad saw. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana ekonomi dalam bidang manajemen bisnis syariah pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan terkhusus kepada kedua orang tua saya tercinta Bapak Saso dan Ibu Masrifa, yang sangat luar biasa dalam mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang yang tak terhingga, yang selalu mendukung penulis dalam setiap situasi dan keadaan apapun sejak kecil hingga sekarang, sungguh penulis tidak mampu membalas semua itu, hanya do’a yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah swt, serta selalu mendoakan penulis setiap saat

memberikan banyak dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga kepada saudara kandung saya Ahmad Rifki dan Fahri.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak di sampaikan dengan hormat kepada.

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Mustaming, S.Ag., M.Hi. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Fasiha, M.E.I. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Muzayyanah Jabani, S.T., M.M. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama
3. Akbar Sabani, S.E.I., M.E.I. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah dan Muh. Shadri Kahar Muang, S.E., M.M. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo beserta para Dosen dan Staf yang telah banyak memberi arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada Burhan Rifuddin, SE., M.M. selaku Penasihat Akademik.

5. Kepada Edi Indra Setiawan, S.E., M.Si. selaku Pembimbing yang mana telah bersedia telaten dan sabar dalam membimbing dan mengarahkan saya selama menyusun skripsi ini.
6. Kepada Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom, selaku penguji I dan Muh. Nur Alam Muhajir, Lc., M.Si. selaku penguji II yang telah banyak memberikan masukan, arahan, dalam penyelesaian penelitian skripsi ini.
7. Kelapa UPT Perpustakaan IAIN Palopo Abu Bakar, S.Pd. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
8. Kepada Dosen dan Staf IAIN Palopo, dan terkhusus kepada Dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang banyak memberikan bantuan terlebih dalam pengurusan berkas-berkas demi menyelesaikan studi saya.
9. Kepada teman-teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo angkatan 2020 khususnya MBS B yang selama ini memberi dukungan.
10. Keluarga besar KSI SEA dan teman-teman seperjuangan terkhusus Kiki Musdalifa yang telah menemani masa kuliah penulis, membantu dan mendukung serta memberi warna dalam perjalanan kuliah tidak lupa pula kepada Mardhiya, Annisaa Masruroh dan Ridwan selaku senior yang selalu membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada teman-teman Kost Bahutma terkhusus Rospika, Lusiana Taso dan Handryani yang telah kebersamaan dalam 3 tahun terakhir bersedia

menjadi tempat membagi suka duka selama menuntut ilmu terima kasih banyak saya ucapkan.

12. Kepada penyanyi favorit saya LANY, Frank Ocean, NIKI, Zayn, Dewa 19, dan SZA telah memberikan banyak inspirasi dari lagu-lagunya dan terkhusus Mark Lee sebagai bagian kecil yang menjadi inspirasi penulis selama masa perkuliahan, membuat penulis berani mengambil peran dalam kegiatan didalam maupun diluar kelas selama perkuliahan dan menjadi lebih baik disetiap waktunya. *It's true tho what Mark said, the busier you are with your life the more motivated you stay.*

Semoga setiap bantuan doa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah swt. *Aamiin Allahumma Aamiin.* Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun banyak hambatan dan tekanan namun dapat dilewati dengan baik.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi yang membaca. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kekeliruan serta masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun, penulis menerima dengan hati yang lapang dan ikhlas.

Palopo, 25 Agustus 2024  
Penulis,

**Putri**  
20 0403 0060

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. Konsonan

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin        | Nama                       |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| أ          | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan         |
| ب          | Ba   | B                  | Be                         |
| ت          | Ta   | T                  | Te                         |
| ث          | Şa   | ş                  | es (dengan titik di atas)  |
| ج          | Jim  | J                  | Je                         |
| ح          | Ĥa   | ĥ                  | ha (dengan titik di bawah) |
| خ          | Kha  | Kh                 | ka dan ha                  |
| د          | Dal  | D                  | De                         |
| ذ          | Żal  | Ż                  | Zet (dengan titik di atas) |
| ر          | Ra   | R                  | Er                         |
| ز          | Zai  | Z                  | Zet                        |
| س          | Sin  | S                  | Es                         |
| ش          | Syin | Sy                 | es dan ye                  |
| ص          | Şad  | ş                  | es (dengan titik di bawah) |

|    |        |   |                             |
|----|--------|---|-----------------------------|
| ض  | Dad    | ḍ | de (dengan titik di bawah)  |
| ط  | Ṭa     | ṭ | te (dengan titik di bawah)  |
| ظ  | Ẓa     | ẓ | zet (dengan titik di bawah) |
| ع  | `ain   | ` | koma terbalik (di atas)     |
| غ  | Gain   | G | Ge                          |
| ف  | Fa     | F | Ef                          |
| ق  | Qaf    | Q | Ki                          |
| ك  | Kaf    | K | Ka                          |
| ل  | Lam    | L | El                          |
| م  | Mim    | M | Em                          |
| ن  | Nun    | N | En                          |
| و  | Wau    | W | We                          |
| هـ | Ha     | H | Ha                          |
| ء  | Hamzah | ‘ | Apostrof                    |
| ي  | Ya     | Y | Ye                          |

Hamsah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak ditengah atau di akhir, maka di tulis dengan tanda (‘).

## 2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

| Huruf Arab | Nama   | Huruf Latin | Nama |
|------------|--------|-------------|------|
| َ          | Fathah | A           | A    |
| ِ          | Kasrah | I           | I    |
| ُ          | Dammah | U           | U    |

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

| Huruf Arab | Nama           | Huruf Latin | Nama    |
|------------|----------------|-------------|---------|
| يَا        | Fathah dan ya  | Ai          | a dan i |
| وَا        | Fathah dan wau | Au          | a dan u |

Contoh :

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala

## 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Huruf Arab | Nama                    | Huruf Latin | Nama                |
|------------|-------------------------|-------------|---------------------|
| اَ.يَ.وَ   | Fathah dan alif atau ya | Ā           | a dan garis di atas |
| إِ.يِ.وِ   | Kasrah dan ya           | Ī           | i dan garis di atas |
| أَ.وُ      | Dammah dan wau          | Ū           | u dan garis di atas |

Contoh:

- قَالَ qāla
  - رَمَى ramā
4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ      raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ      al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah

#### 5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

نَزَّلَ      nazzala

الْبِرُّ      al-birr

#### 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

##### 1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

##### 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ ar-rajulu  
القَلَمُ al-qalamu

## 7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُ ta'khuzu  
شَيْءٌ syai'un

## 8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-  
rāziqīn/

Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

### 9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf *hamzah*.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinul h* بِاللَّهِ *billah* \_

Adapun *ta marbūṭah*di akhir kata yang disandarkan kepada *Lafz al-Jalālah*ditransliterasikan dengan huruf [t].

Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah* \_

### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All caps*) dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman Ejaan Bahasa Indonesia (EYD) yang berlaku. Huruf kapital misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama dalam permulaan kalimat.

Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan juga berlaku untuk huruf

awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan(CK,DP,CDK dan DR).

Contoh :

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-lazī unzila fih al-Qur'ān*

*Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī*

*Abū Naṣr al-Farābī*

*Al-Gazālī*

*Al-munqiz min al-Ḍalāl*

## **B. Daftar Singkatan**

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

|             |   |
|-------------|---|
| SWT.        | = shubahanahu wa ta'ala                     |
| SAW.        | = shallallahu 'alaihi wa sallam             |
| a.s         | = 'alaihi al-salam                          |
| H           | = Hijrah                                    |
| M           | = Masehi                                    |
| SM          | = Sebelum Masehi                            |
| Wr.         | = Warahmatullaahi                           |
| Wb.         | = Wabarakaatuh                              |
| l.          | = Lahir tahun (untuk yang masih hidup saja) |
| w.          | = Wafat sebelum                             |
| QS.../...:4 | = QS Al-Baqarah/2:4 atau QS Ali 'Imran/3:4  |

## DAFTAR ISI

|  |                        |
|--|------------------------|
| HALAMAN SAMPUL.....  | i                      |
| HALAMAN JUDUL .....  | ii                     |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....   | Error! Bookmark not de |
| PRAKATA.....   | iv                     |
| PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .....                         | ix                     |
| DAFTAR ISI.....  | xvii                   |
| DAFTAR KUTIPAN AYAT .....  | xix                    |
| DAFTAR TABEL .....   | xx                     |
| DAFTAR GAMBAR .....  | xxi                    |
| DAFTAR LAMPIRAN .....  | xxii                   |
| ABSTRAK .....  | xxv                    |
| <br>   |                        |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>  | <b>1</b>               |
| A. Latar Belakang.....   | 1                      |
| B. Rumusan Masalah .....   | 7                      |
| C. Tujuan Penelitian .....   | 7                      |
| D. Manfaat Penelitian.....   | 7                      |
| E. Sistematika Penelitian .....  | 8                      |
| <br>   |                        |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI.....</b>  | <b>9</b>               |
| A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....                            | 9                      |
| B. Deskripsi Teori .....   | 14                     |
| 1. <i>Society 5.0</i> .....  | 14                     |
| 2. Menggabungkan Ruang Siber dengan Ruang Fisik.....                         | 17                     |
| 3. Indikator <i>Society 5.0</i> .....  | 19                     |
| 4. <i>Co-Creation</i> .....  | 19                     |
| 5. Industri Konten Digital .....   | 20                     |
| 6. <i>Framework</i> Industri Konten Digital.....                             | 23                     |
| 7. Pengembangan <i>framework</i> industri konten digital di kota Palopo..... | 24                     |
| 8. Tujuan pengembangan <i>framework</i> industri konten digital.....         | 25                     |
| C. Kerangka Pikir.....   | 26                     |
| <br>   |                        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>  | <b>27</b>              |
| A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....                                      | 27                     |
| B. Lokasi dan waktu Penelitian.....  | 27                     |
| C. Informan Penelitian .....   | 27                     |
| D. Definisi Istilah .....  | 28                     |
| E. Instrumen Penelitian .....  | 29                     |
| F. Sumber Data .....   | 29                     |
| G. Teknik Pengumpulan Data .....   | 30                     |
| H. Keabsahan Data .....  | 31                     |
| I. Teknik Analisis Data.....   | 33                     |

|               |   |            |
|---------------|---|------------|
| <b>BAB IV</b> | <b>DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....</b> | <b>35</b>  |
|               | A. Deskripsi Data .....                 | 35         |
|               | B. Pembahasan .....                     | 73         |
| <br>          |   |            |
| <b>BAB V</b>  | <b>PENUTUP .....</b>                    | <b>120</b> |
|               | A. Simpulan.....                        | 120        |
|               | B. Saran .....                          | 121        |

**DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR KUTIPAN AYAT

|                |                       |   |
|----------------|-----------------------|---|
| Kutipan Ayat 1 | QS al-Qasas/28:7..... | 1 |
|----------------|-----------------------|---|

## DAFTAR TABEL

|           |                        |    |
|-----------|------------------------|----|
| Tabel 1.1 | Jadwal Penelitian..... | 9  |
| Tabel 4.1 | <i>Framework</i> ..... | 14 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Gambar 2.1 | Revolusi industri.....                         | 15 |
| Gambar 2.2 | Kerangka pikir.....                            | 26 |
| Gambar 3.1 | Uji keabsahan data.....                        | 31 |
| Gambar 4.1 | Struktur organisas Diskominfo Kota Palopo..... | 37 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Pedoman wawancara penelitian
- Lampiran 2 Manuskrip wawancara Diskominfo Kota Palopo
- Lampiran 3 Manuskrip wawancara konten kreator Kota Palopo
- Lampiran 4 Manuskrip wawancara masyarakat/audiens Kota Palopo
- Lampiran 5 Foto dokumentasi wawancara penelitian
- Lampiran 6 Daftar riwayat hidup

## DAFTAR ISTILAH

|                          |   |
|--------------------------|---|
| Audiens                  | : Pengkonsumsi atau penikmat konten digital   |
| <i>Co-Creation</i>       | : Proses kolaborasi antara berbagai pihak untuk menciptakan suatu produk, jasa, atau nilai tambah baru bersama-sama |
| Diskominfo               | : Dinas Komunikasi dan Informatika  |
| <i>Ecosystem Digital</i> | : Jaringan interaksi antar pelaku usaha, komunitas dan pendukung dalam bidang digital                               |
| <i>Framework</i>         | : Kerangka konseptual yang menghubungkan unsur-unsur komponen untuk memecahkan suatu permasalahan.                  |
| Inklusi Digital          | : Partisipasi yang merata dari seluruh lapisan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital.                      |
| Inovasi                  | : Penciptaan ide, produk, metode atau proses baru yang bernilai tambah.   |
| Jejaring                 | : Pembentukan hubungan kerjasama antar berbagai pihak   |
| Monetisasi               | : Proses menghasilkan uang dari aktivitas digital misalnya melalui iklan, donasi, langganan berbayar dan lain-lain  |

- Regulasi : Aturan dan peraturan yang mengatur suatu bidang.
- Society 5.0 : Konsep masyarakat digital yang dirancang Jepang untuk membangun masyarakat yang manusia-sentris ketika perkembangan ekonomi dan solusi sosial dapat dicapai melalui teknologi.
- UMKM digital : UMKM yang bergerak secara online menggunakan teknologi digital.

## ABSTRAK

**Putri, 2024.** *“Pengembangan Framework Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5,0 di Kota Palopo.”* Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memacu terjadinya transformasi digital yang mengubah tatanan industri, salah satunya adalah munculnya konsep Society 5.0. Society 5.0 merupakan konsep yang dirancang oleh Jepang untuk membangun masyarakat yang manusia-sentris, di mana perkembangan ekonomi dan solusi sosial dapat dicapai melalui teknologi. Dalam konteks ini, industri konten digital menjadi bagian yang tak terpisahkan dari masyarakat digital era Society 5.0. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan framework industri konten digital di Kota Palopo dalam perspektif Society 5.0. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan data yang bersumber dari observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi sebagai data primer, serta jurnal penelitian, buku, dan dokumen yang relevan sebagai data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri konten digital di Palopo memiliki potensi besar, namun juga menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya pemahaman masyarakat, infrastruktur yang rendah, serta keterampilan digital yang masih terbatas. Framework yang diajukan dalam penelitian ini mencakup empat aspek penting. Pertama, dimensi utama yang fokus pada integrasi teknologi, manusia, dan keberlanjutan. Aspek ini menekankan pentingnya penggunaan teknologi canggih yang dapat meningkatkan kualitas hidup manusia sekaligus menjaga keberlanjutan lingkungan. Kedua, struktur ekosistem yang mencakup pemangku kepentingan dan jaringan kolaborasi. Hal ini penting untuk memastikan bahwa berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat, dapat bekerja sama untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan industri konten digital. Ketiga, strategi implementasi yang mencakup pengembangan infrastruktur serta pendidikan dan pelatihan bagi konten kreator. Pendidikan yang memadai akan membekali para kreator dengan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan teknologi baru dan berinovasi dalam konten yang mereka hasilkan. Keempat, evaluasi dan pengukuran yang diperlukan untuk menilai efektivitas dari framework yang diusulkan. Aspek ini penting agar dapat dilakukan perbaikan berkelanjutan dan adaptasi terhadap perubahan yang terjadi dalam industri konten digital. Dengan pendekatan yang komprehensif ini, diharapkan industri konten digital di Palopo dapat berkembang secara optimal, sejalan dengan visi Society 5.0.

**Kata kunci:** Industri konten digital, *Framework*, *Society 5.0*.

## ABSTRACT

**Putri, 2024.** *“Development of Digital Content Industry Framework in Society 5.0 Perspective in Palopo City.” Thesis of Sharia Business Management Study Program, State Islamic Institute of Palopo. Supervised by Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.*

The development of information and communication technology has spurred a digital transformation that has changed the industrial order, one of which is the emergence of the Society 5.0 concept. Society 5.0 is a concept designed by Japan to build a human-centric society, where economic development and social solutions can be achieved through technology. In this context, the digital content industry is an inseparable part of the digital society of the Society 5.0 era. This study aims to develop a digital content industry framework in Palopo City from the perspective of Society 5.0. The research method used is qualitative research, with data sourced from observations, in-depth interviews, and documentation as primary data, and research journals, books, and relevant documents as secondary data. The results of the study show that the digital content industry in Palopo has great potential, but also faces various challenges, such as lack of public understanding, low infrastructure, and limited digital skills. The framework proposed in this study includes four important aspects. First, the main dimension that focuses on the integration of technology, humans, and sustainability. This aspect emphasizes the importance of using advanced technology that can improve the quality of human life while maintaining environmental sustainability. Second, the ecosystem structure that includes stakeholders and collaboration networks. This is important to ensure that various parties, including the government, industry players, and the community, can work together to create an ecosystem that supports the growth of the digital content industry. Third, an implementation strategy that includes infrastructure development as well as education and training for content creators. Adequate education will equip creators with the skills needed to utilize new technologies and innovate in the content they produce. Fourth, evaluation and measurement are needed to assess the effectiveness of the proposed framework. This aspect is important so that continuous improvement and adaptation to changes in the digital content industry can be carried out. With this comprehensive approach, it is hoped that the digital content industry in Palopo can develop optimally, in line with the vision of Society 5.0.

**Key words:** Industry content digital, *Framework, Society 5.0.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Teknologi yang terus berkembang dan koneksi antar individu dan komunitas yang semakin kuat menjadikan industri konten digital sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat global. Konten digital berperan penting dalam membentuk cara kita berkomunikasi, mencari hiburan, dan mendapatkan informasi. Penelitian yang dilakukan oleh Park yang berjudul “*Human, Technical and Organizational Drivers Affecting Sustainability of Content Firm Through Management and Innovation Capability during COVID-19*” menunjukkan bahwa pasar konten digital global diprediksi akan tumbuh dengan rata-rata 9,2% per tahun dan diproyeksikan mencapai 58,2% dari pasar konten global pada tahun 2022<sup>1</sup>. Pertumbuhan ini didorong oleh kombinasi faktor, seperti lonjakan *traffic online*, strategi pemasaran yang agresif, dan perpaduan teknologi baru dan industri lain.

Dalam Al-Qur’an menjelaskan bagaimana kita menyikapi transformasi digital ini agar tetap dalam koridor yang di ridhoi oleh Allah SWT:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Terjemahan:

---

<sup>1</sup> Hyunsun Park et al., “Human, Technical, and Organizational Drivers Affecting Sustainability of Content Firms through Management and Innovation Capability during COVID-19,” *Sustainability* 13, no. 12 (June 11, 2021): 6661, <https://doi.org/10.3390/su13126661>.

“Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (QS Al-Qhasash 28:77)<sup>2</sup>

Dalam tafsir Ash-Shaghir/Fayiz bin Sayyaf As-Sariih, dimuraja'ah oleh Syaikh Prof. Dr. Abdullah bin Abdul Aziz al-Awaji, mengungkapkan bahwa maksud ayat tersebut ialah carilah (pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu) yang diberikan kepadamu (pahala) akhirat, dan janganlah melupakan bagianmu) janganlah mengabaikan bagianmu (di dunia. Berbuat baiklah sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Peta Industri Kreatif Digital DKI mendokumentasikan Jakarta sendiri merupakan rumah bagi lebih dari 150 perusahaan konten digital, termasuk Perusahaan perangkat lunak, *game*, dan animasi<sup>3</sup>. Perkembangan ini didorong oleh penetrasi internet dan *smartphone* yang semakin luas. Penetrasi yang semakin luas menghasilkan pertumbuhan pengguna internet yang signifikan, mencapai 202,6 juta jiwa pada Januari 2024 atau 73,7% dari total populasi. Hal ini menunjukkan besarnya potensi dan permintaan industri konten digital di Indonesia. Selain itu demografi generasi muda Indonesia memberikan peluang yang menguntungkan bagi industri digital untuk berkembang.

---

<sup>2</sup>Kementrian Agama, Al-Quran Tajwid dan Terjemahan, (Bogor, Jawa Barat: Cipta Bangsa Segara, 2013).

<sup>3</sup> Ahmad Budi Setiawan, “A Study on the Potential of the Development of Software Applications and Digital Content Industrial Ecosystem in Indonesia,” *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika* 10, no. 2 (December 28, 2020): 145, <https://doi.org/10.17933/jppi.2020.100205>.

Kota Palopo sebagai kota yang berkembang juga perlu adanya pengembangan dan pemanfaatan potensi industri konten digital dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat lokal. Untuk mengembangkan industri konten digital di kota berkembang seperti Palopo, diperlukan peningkatan kapasitas sumber daya manusia di bidang teknologi informasi dan komunikasi serta pembuatan konten digital.<sup>4</sup> Hal ini dapat dilakukan melalui berbagai inisiatif seperti pemberian program pelatihan, workshop, dan kerjasama dengan lembaga pendidikan. Selain itu, dukungan peraturan sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan industri konten digital. Hal ini termasuk menetapkan pedoman dan peraturan yang jelas yang mendorong inovasi, perlindungan kekayaan intelektual, dan persaingan yang sehat.<sup>5</sup> Inisiatif-inisiatif ini akan menarik lebih banyak investor dan memberikan stabilitas bagi dunia usaha di industri, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap pertumbuhan dan perkembangan industri konten digital Kota Palopo secara keseluruhan.

Meskipun berpotensi besar, pengembangan industri konten digital di kota Palopo dihadapkan pada sejumlah tantangan. Dari hasil observasi awal tantangan yang di hadapi oleh konten kreator adalah kurangnya pemahaman konten kreator tentang manfaat industri konten digital, kurangnya modal sehingga konten yang dihasilkan tidak menarik audiens serta perluasan pasar yang terbatas serta kurangnya infrastruktur teknologi yang memadai seperti jaringan internet.

---

<sup>4</sup> Carin Holroyd, "Digital Content Promotion in South East Asia: Government Strategies for a New Economic Sector," *Journal of Asian Public Policy* 12, no. 1 (January 2, 2019): 15–33, <https://doi.org/10.1080/17516234.2018.1477029>.

<sup>5</sup> Setiawan, "A Study on the Potential of the Development of Software Applications and Digital Content Industrial Ecosystem in Indonesia."

Indonesia memang masih kurang terkait pemerataan jaringan internetnya.<sup>6</sup> Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Shiddiq Sugiono yang berjudul “*Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective*” penelitian ini mengidentifikasi konten digital memiliki peran penting dalam society 5.0 khususnya dalam dua aspek yaitu pengembangan ekonomi dan aspek keberlanjutan namun ada beberapa hambatan utama yang dihadapi industri konten digital di negara berkembang, seperti kurangnya infrastruktur internet yang memadai, keterampilan digital yang rendah, kurangnya akses terhadap modal, persaingan yang ketat dari negara-negara maju dan kebijakan pemerintah yang tidak mendukung.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memacu terjadinya transformasi digital yang mengubah tatan industri, gelombang transformasi tersebut menjadi salah satu elemen dari terciptanya kerangka berpikir serta kebijakan industri baru, misalnya konsep Revolusi Industri 4.0, Industri internet, kecanggihan teknologi *Internet of Things* (IoT), *Artificial Intelligence* (AI) dan *robotic* pada sektor industri telah membawa perubahan signifikan kepada masyarakat. Melalui teknologi tersebut, manusia dapat lebih mudah dan cepat dalam menemukan solusi dari masalah-masalah sosial serta menggantikan masalah-masalah fisik.<sup>7</sup> Fenomena ini akhirnya membangun suatu gagasan tentang teknologi dan manusia yang hidup berdampingan sehingga terciptalah kehidupan yang lebih bernilai.

---

<sup>6</sup> evi Surahman, Rustan Santaria, And Edi Indra Setiawan, “Tantangan Pembelajaran Daring Di Indonesia” 5 (2020).

<sup>7</sup> Vojko Potočan, Matjaž Mulej, and Zlatko Nedelko, “Society 5.0: Balancing of Industry 4.0, Economic Advancement and Social Problems,” *Kybernetes* 50, no. 3 (March 27, 2021): 794–811, <https://doi.org/10.1108/K-12-2019-0858>.

Berangkat dari konsep berfikir tersebut, Jepang merancang suatu konsep inti *5<sup>th</sup> Science and Technology Basic Plan* yang dinamakan *Society 5.0*. Tujuan utama dari perancangan konsep *Society 5.0* adalah untuk membangun masyarakat yang manusia-sentris ketika perkembangan ekonomi dan solusi atas permasalahan dapat diraih, serta setiap orang dapat menikmati hidup yang berkualitas. Inti dari *Society 5.0* terletak pada hiperkonektivitas, dimana segala sesuatu terhubung, membentuk jaringan pertukaran data real-time yang luas. Hal ini membuka jalan bagi *internet of Things* (IoT), memungkinkan otomatisasi, pengambilan keputusan yang cerdas, dan peningkatan kesadaran terhadap lingkungan sekitar kita.<sup>8</sup> Berbasis hiperkonektivitas ini, interaksi manusia dan teknologi dapat terjalin secara harmonis untuk kemajuan peradaban umat manusia

Transisi menuju *Society 5.0* ini bukannya tanpa tantangan. Menjembatani kesenjangan digital, memastikan praktik AI yang etis, dan mengatasi potensi perpindahan pekerjaan akibat otomatisasi hanyalah beberapa tantangan yang harus diatasi. Namun, potensi dan manfaatnya jauh lebih besar dibandingkan tantangannya. *Society 5.0* menghadirkan alat yang ampuh untuk mengatasi masalah global seperti kemiskinan, kelaparan, dan penyakit melalui pengelolaan sumber daya yang lebih cerdas dan solusi inovatif.

Dengan mendemokratisasi pengetahuan, menjadikan informasi mudah diakses dan pengalaman pendidikan dipersonalisasi, *Society 5.0* memberdayakan individu untuk memperoleh keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk berkembang di era baru ini. Produktivitas dan inovasi meningkat seiring

---

<sup>8</sup> Aleksandrina V. Mavrodieva and Rajib Shaw, "Disaster and Climate Change Issues in Japan's Society 5.0—A Discussion," *Sustainability* 12, no. 5 (March 2, 2020): 1893, <https://doi.org/10.3390/su12051893>.

otomatisasi dan AI yang memberikan waktu dan sumber daya manusia untuk melakukan upaya kreatif, sehingga melahirkan terobosan diberbagai bidang.<sup>9</sup> Masa depan yang berkelanjutan dapat dicapai ketika teknologi memanfaatkan sumber energi terbarukan, mengurangi dampak lingkungan, dan mendorong dunia yang lebih inklusif dimana setiap orang memiliki akses terhadap teknologi dan keterampilan untuk menggunakannya, memastikan partisipasi dan peluang yang setara bagi semua orang untuk mencapai potensi mereka sepenuhnya.

Membangun masa depan yang lebih baik bersama-sama membutuhkan upaya kolaboratif dari pemerintah, dunia usaha, pendidik, dan masyarakat. Dengan bekerja sama membangun infrastruktur, teknologi, dan keterampilan literasi digital yang diperlukan untuk era baru ini, kita dapat memanfaatkan kekuatan *Society 5.0* untuk menciptakan dunia yang tidak hanya lebih cerdas, namun benar-benar bermanfaat bagi semua.

Berdasarkan hal diatas penulis akan mengembangkan sebuah *Framework* yang akan menjadi acuan dalam merencanakan dan mengembangkan industri konten digital di Kota Palopo secara berkelanjutan berdasarkan perspektif *Society 5.0*. *Framework* ini akan mengintegrasikan berbagai aspek mulai dari komponen-komponen utama industri konten digital, analisis konten saat ini, strategi pengembangan, hingga rekomendasi kebijakan yang mendukung peningkatan kontribusi industri terhadap pembangunan ekonomi daerah secara berwawasan lingkungan, sosial dan ekonomi. Dengan demikian, *framework* yang dikembangkan diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif bagi

---

<sup>9</sup> Sebelas Maret University and Felixtian Teknowijoyo, "Relevansi Industri 4.0 Dan Society 5.0 Terhadap Pendidikan Di Indonesia," *Educatio* 16, no. 2 (January 1, 2022): 173–84, <https://doi.org/10.29408/edc.v16i2.4492>.

para pemangku kepentingan terkait dalam merencanakan pengembangan industri konten digital di Kota Palopo ke depannya.

### **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana pengembangan *framework* industri konten digital di kota Palopo berdasarkan perspektif *Society 5.0* secara berkelanjutan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan kerangka konseptual *framework* industri konten digital di Kota Palopo berdasarkan perspektif *Society 5.0* guna mendukung pembangunan ekonomi daerah secara berkelanjutan

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Memperkaya literatur dan wawasan teoritis terkait pengembangan industri konten digital berbasis konsep *Society 5.0* ditingkat lokal.
  - b. Menyediakan kerangka acuan untuk penelitian selanjutnya terkait industri konten digital di era *Society 5.0*
  - c. Memberikan kontribusi pemikiran dalam penerapan konsep-konsep *Society 5.0* pada pengembangan ekonomi di daerah
2. Manfaat Praktis
  - a. Membantu pemerintah dalam merumuskan kebijakan pengembangan industri konten digital di Kota Palopo.
  - b. Meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis berbasis konten digital.

- c. Mendorong terjadinya kolaborasi multi-stakeholder untuk mengembangkan industri konten digital berkelanjutan.
- d. Meningkatkan daya saing dan kontribusi industri konten digital terhadap perekonomian Kota Palopo
- e. Memudahkan perencanaan dan pengawasan pengembangan industri kreatif berbasis digital di masa depan.

### **E. Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan merupakan susunan atau urutan penyelesaian dalam karya tulis ilmiah, dengan tujuan memberikan kemudahan bagi peneliti dalam menyusun dengan sistematis sesuai dengan alur dalam penelitian. Adapun sistematika penelitian dalam ini sebagai berikut.

**BAB I PENDAHULUAN**, berisi tentang: a) Latar Belakang, b) Rumusan Masalah, c) Tujuan Penulisan, d) Manfaat Penelitian, dan e) Sistematika Penelitian.

**BAB II KAJIAN TEORI**, berisi tentang: a) Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan, b) deskripsi teori, dan c) Kerangka Pikir.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**, berisi tentang: a) Jenis dan Pendekatan Penelitian, b) Lokasi dan Waktu Penelitian, c) Informasi Penelitian, d) Definisi Istilah, e) Instrumen Penelitian, f) Sumber Data, g) Teknik Pengumpulan Data, h) Keabsahan Data, dan i) Analisis Data.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Shiddiq Sugiono dalam penelitiannya dengan “*Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective*” metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tinjauan literatur dengan teknik *conceptual riview* dan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui tinjauan pustaka dan wawancara. Hasil penelitian menerangkan bahwa dengan merangkul Pembangunan ekonomi, keberlanjutan, kreasi bersama, kreativitas manusia, dan kebijakan mendukung, industri ini dapat berkembang dan berkontribusi pada masyarakat yang lebih sejahtera.<sup>10</sup> Namun demikian, masih ditemukan berbagai tantangan seperti regulasi, dan ekosistem yang belum kondusif, keterbatasan SDM berkualitas, serta minimnya kolaborasi antar pelaku industri. Oleh karena itu, diperlukan upaya-upaya lebih lanjut untuk mewujudkan potensi industri konten digital di Indonesia sesuai konsep *Society 5.0*

Maria C Taveres dalam penelitiannya yang berjudul “*The Challengers and Opportunities of Era 5.0 for a More Humanistic and Sustainable Society-A Literature Riview*” menggunakan metode review literatur sistematis dengan pendekatan kualitatif mengemukakan berbagai peluang dan juga tantangan era 5.0 dalam menciptakan masyarakat yang lebih humanis dan berkelanjutan. Tantangan mencapai masyarakat yang lebih humanis dan berkelanjutan sangat besar,

---

<sup>10</sup> Shiddiq Sugiono, “Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0 Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective” 22, no. 2 (n.d.).

terutama dalam pencapaian pendidikan, industri serta regulasi dan tata kelola terkait industri

5.0 untuk memastikan keselarasan dengan aturan dan kepentingan berbagai pihak.<sup>11</sup> Untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan kesiapan dari berbagai dimensi antara lain; sosial, etika, ekonomi, politik, lingkungan serta teknologi agar penerapan era 5.0 dapat memberikan manfaat maksimal bagi manusia dan bumi.

Ana Isabel Santos dan Maria dalam penelitiannya “*Digital Literacy in Society 5.0: Some Challenges*” menggunakan metode analisis dokumen dengan pendekatan kualitatif, dimana penelitian ini menghasilkan temuan bahwa *Society 5.0* yang semakin didominasi teknologi berpotensi menimbulkan tantangan baru berupa kesenjangan digital dan ketidaksetaraan sosial.<sup>12</sup> Penelitian ini juga menganalisis hubungan antara konsep industri 4.0 dan *Society 5.0* serta enam jenis entitas potensial dalam *Society 5.0*. Walaupun awalnya konsep Jepang, penelitian ini menyimpulkan bahwa *Society 5.0* dapat diterapkan dengan modifikasi di berbagai belahan dunia untuk mencapai pembangunan berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan oleh *European Commission. Directorate General for Research and Innovation* dengan judul “*Industry 5.0: Towards a Sustainable, Human Centric and Resilient European Industry*” metode penelitian literatur review dengan pendekatan kualitatif mengemukakan Konsep Industri *Society 5.0* dalam artikel ini sebagai pendekatan yang diperbarui terhadap konsep Industri 4.0 dengan menekankan pentingnya memberdayakan keterampilan dan

---

<sup>11</sup> Maria C Tavares, Graça Azevedo, and Rui P. Marques, “The Challenges and Opportunities of Era 5.0 for a More Humanistic and Sustainable Society—A Literature Review,” *Societies* 12, no. 6 (October 26, 2022): 149, <https://doi.org/10.3390/soc12060149>.

<sup>12</sup> Maria José Sá et al., “Digital Literacy in Digital Society 5.0: Some Challenges,” *Academic Journal of Interdisciplinary Studies* 10, no. 2 (March 5, 2021): 1, <https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0033>.

kesejahteraan manusia serta melestarikan lingkungan agar sumber daya bumi dapat terjaga kelestariannya untuk generasi mendatang, sehingga industri Eropa di masa depan dapat menjadi tangguh, berkelanjutan, dan berfokus pada kesejahteraan seluruh pemangku kepentingan termasuk para pekerja industri.<sup>13</sup> Tujuannya adalah mendorong transisi industri Eropa ke arah yang lebih berorientasi pada manusia dan lingkungan melalui inovasi teknologi yang sejalan dengan prioritas sosial, ekonomi, dan lingkungan Uni Eropa seperti *Green Deal* dan agenda digital.

Carlos Miguel Ferreira dengan judul “*Sociology Society 5.0 and Sustainability Digital Innovations: A Social Process*” metode penelitian yang digunakan adalah analisis dokumen dimana penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan refleksi teoritis mengenai hubungan antara inovasi digital berkelanjutan dengan konteks *Societu 5.0* serta potensi heuristik dari hubungan tersebut. Penelitian ini menganalisis literatur terkait melalui analisis dokumen untuk mengidentifikasi ciri-ciri utama inovasi digital dan hubungan timbal balik antara *Society 5.0*, inovasi digital dan inovasi berkelanjutan.<sup>14</sup> Namun demikian, faktor manusia dinilai sangat penting karena inovasi merupakan proses sosial kompleks. Penelitian ini juga menekankan perlunya mengurangi kesenjangan digital dan mempromosikan keterampilan digital agar tujuan pembangunan *Society 5.0* dapat tercapai secara berkelanjutan, dan konsep *Society 5.0* secara teoritis berdasarkan telaah literatur.

---

<sup>13</sup> European Commission. Directorate General for Research and Innovation., *Industry 5.0: Towards a Sustainable, Human Centric and Resilient European Industry*. (LU: Publications Office, 2021), <https://data.europa.eu/doi/10.2777/308407>.

<sup>14</sup>“Sociology-Society 50-and-Sustainability-Digital-Innovations-1939-4691-23-2-129.Pdf,” n.d.

Carlos Miguel dan Sandro Serpa dalam penelitiannya yang berjudul “*Society 5.0 and Social Development: Contributions to a Discussion*” dengan metode penelitian studi pustaka dengan pendekatan kualitatif Artikel ini membahas mengenai dua konsep penting yang berkembang saat ini yaitu Industri 4.0 dan *Society 5.0*. Konsep Industri 4.0 muncul pada tahun 2011 di Jerman sebagai revolusi industri keempat yang menitikberatkan pada digitalisasi proses produksi. Sementara itu, konsep *Society 5.0* mulai dikembangkan di Jepang pada tahun 2015 dengan tujuan untuk memanfaatkan potensi dari Industri 4.0 agar dapat meningkatkan kualitas hidup manusia. *Society 5.0* diharapkan mampu menciptakan masyarakat cerdas yang berbasis pada manusia. Namun demikian, implementasi *Society 5.0* tidak hanya sebatas konsep semata melainkan memerlukan kolaborasi multi disiplin serta memperhatikan berbagai aspek seperti kebijakan inovasi, keterampilan masyarakat, etika, hukum dan privasi.<sup>15</sup> Hal ini penting agar tujuan peningkatan kesejahteraan manusia dapat terwujud secara berkelanjutan. Masa depan penerapan *Society 5.0* masih terbuka karena melibatkan dinamika teknologi dan sosial. Oleh karena itu, diskusi lebih lanjut mengenai konsep dan tantangan implementasi *Society 5.0* ini sangat penting untuk dilakukan.

Abhay Saxena dalam penelitiannya “*Emergence of Educators for Industry 5.0 – An Indological Perspective*” dengan metode penelitian tinjauan teori dan literatur dalam pendekatan konseptual mengemukakan Konsep *Society 5.0* sebagai wujud masyarakat super cerdas di masa depan. *Society 5.0* didefinisikan sebagai

---

<sup>15</sup> Carlos Miguel Ferreira and Sandro Serpa, “Society 5.0 and Social Development: Contributions to a Discussion,” *Management and Organizational Studies* 5, no. 4 (November 30, 2018): 26, <https://doi.org/10.5430/mos.v5n4p26>.

masyarakat yang mengintegrasikan ruang siber dan fisik dengan memanfaatkan teknologi seperti *Internet of Things*, *big data*, dan kecerdasan buatan.<sup>16</sup> Konsep ini ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Penelitian ini menelusuri evolusi revolusi industri sejak zaman industri 1.0 hingga industri 4.0 saat ini, dan memaparkan bahwa industri *Society 5.0* akan mengarah pada penguatan kapasitas manusia dengan dibantu otomatisasi pintar.

## **B. Deskripsi Teori**

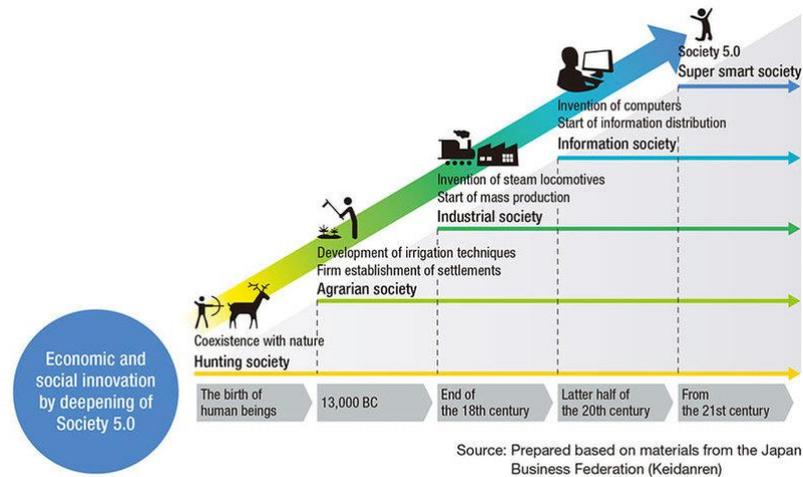
### *1. Society 5.0*

*Society 5.0* digambarkan sebagai langkah dalam Pembangunan manusia yang mengikuti *Society 1.0* dari pemburu-pengumpul, *Society 2.0* pengembangan pertanian dan dimulainya pemukiman permanen, *society 3.0* proses industrialisasi dan *society 4.0* era revormasi internet dan teknologi komunikasi. *Society 5.0* adalah respons terhadap inovasi teknologi yang tak terhindarkan dan peningkatan penggunaan data besar, kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things* (IoT) dan robotika.<sup>17</sup> Melalui pemanfaatan teknologi tersebut, *Society 5.0* menargetkan terciptanya masyarakat keseimbangan antara manusia dan mesin agar kebutuhan dasar setiap individu seperti kesehatan, mobilitas, dan keamanan dapat terpenuhi. Selain itu, teknologi tersebut diharapkan mampu mendukung terciptanya sistem nilai baru guna menciptakan masyarakat yang lebih adil, inklusif, dan berkelanjutan.

---

<sup>16</sup> Abhay Saxena et al. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, n.d., *Emergence Of Educators for Industry 5.0 – An Indological Perspective*. DOI: 10.35940/ijitee.L7883.1091220

<sup>17</sup> Mavrodieva and Shaw, “Disaster and Climate Change Issues in Japan’s Society 5.0—A Discussion.”



**Gambar 2.1** Revolusi Industri 1-5

Society 5.0 memang memiliki konsep yang serupa dengan Industri 4.0, namun Society 5.0 mengambil langkah lebih maju dengan menggambarkan perekonomian dan masyarakat yang berbasis data atau masyarakat Super Cerdas yang berfokus pada memenuhi kebutuhan dan mengembangkan kemampuan individu secara personal. Konsep Society 5.0 adalah penggabungan dunia nyata dan maya untuk mengumpulkan data secara tepat dan personal secara efisien, sehingga dapat meningkatkan pemecahan masalah dan penciptaan nilai. Banyak informasi yang sebelumnya membutuhkan waktu dan sumber daya manusia yang banyak, kini dapat dianalisis oleh kecerdasan buatan lebih cepat dan diubah menjadi data yang mudah dipahami untuk dimanfaatkan manusia di berbagai

industri dan layanan publik.<sup>18</sup> Society 5.0 secara khusus mengutamakan keseimbangan antara manusia dan teknologi melalui personalisasi dan kolaborasi harmonis untuk menjamin kehidupan yang bermanfaat, sehat, dan berkelanjutan bagi warga negara.

Dalam society 5.0, kebutuhan sosial diberbagai bidang dipenuhi dengan produk teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, selain itu juga diprioritaskan untuk meningkatkan kualitas hidup melalui peningkatan kesejahteraan dan kebahagiaan masyarakat dengan integrasi teknologi-manusia.<sup>19</sup> Pemanfaatan teknologi dilakukan melalui kolaborasi yang harmonis antara manusia dan sistem cerdas sehingga masing-masing mampu memanfaatkan kelebihan sisanya untuk memecahkan permasalahan secara lebih efektif dan holistik. Kolaborasi ini diharapkan dapat mewujudkan masyarakat modern yang inklusif dan berkelanjutan, dimana setiap individu memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi dan menikmati manfaat pembangunan dengan tetap mengedepankan kemanusiaan

Skema dasar Society 5.0 adalah pengumpulan data dari dunia nyata kemudian diproses menggunakan komputasi untuk diaplikasikan kembali di dunia nyata. Skema ini sebenarnya bukan hal baru. Sebagai contoh, unit AC secara berkelanjutan memantau suhu ruangan dan mikrokomputer internalnya akan membandingkan bacaan suhu dengan pengaturan target. Berdasarkan hasilnya,

---

<sup>18</sup> Mavrodieva and Shaw. "Disaster and Climate Change Issue in Japan's Society 5.0-A Discussion". *"Jurnal sustainability"* (march, 29 2022): doi:10.3390/su12051893

<sup>19</sup> Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi et al., "Society 5.0 in Human Technology Integration: Digital Transformation in Educational Organizations," *International Journal of Progressive Education* 18, no. 1 (February 1, 2022): 458–74, <https://doi.org/10.29329/ijpe.2022.426.26>.

aliran udara akan diaktifkan atau dinonaktifkan secara otomatis sehingga ruangan dapat mempertahankan suhu yang diinginkan. Banyak sistem vital di masyarakat juga mengandalkan mekanisme serupa. Mekanisme ini bergantung pada kontrol otomatis yang terkomputerisasi.<sup>20</sup> Ketika istilah masyarakat Informasi' diperkenalkan, yang dimaksud adalah masyarakat di mana setiap sistem mengumpulkan, memproses, dan menerapkan hasil data secara situasional di dunia nyata

## 2. Menggabungkan Ruang Siber dengan Ruang Fisik

Ruang siber mengacu pada ruang digital tempat tempat data dunia nyata dikumpulkan dan dianalisis untuk mendapatkan solusi. Istilah ini diciptakan untuk menggambarkan area imajiner atau virtual, tempat Kumpulan data mentah diakses secara bebas dan diubah menjadi informasi berguna, yang kemudian dapat dibagikan kepada orang lain. Infrastruktur ruang ini adalah beragam jaringan komputer. Namun, dalam kasus *Society 5.0*, dunia maya tidak hanya berarti ruang untuk bertukar data dalam jumlah besar. Ini juga berarti ruang yang diciptakan jaringan komputer untuk menganalisis masalah dan membuat model solusi praktis dan nyata. Ketika sistem komputer *Society 5.0* menganalisis data mentah dunia nyata, mereka harus menggunakan struktur yang mencerminkan dunia fisik nyata. Kemudian yang dimaksud dengan ruang fisik mengacu pada dunia nyata, tempat data mentah dikumpulkan dan solusi diterapkan. Gagasan penggabungan ruang siber dan ruang fisik mengacu pada siklus dimana data mengalir dengan lancar

---

<sup>20</sup> Rita Vieira et al., "Society 5.0 and Education 5.0: A Critical Reflection," in *2023 18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)* (2023 18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI), Aveiro, Portugal: IEEE, 2023), 1–6, <https://doi.org/10.23919/CISTI58278.2023.10211386>.

dari ruang fisik ke ruang siber dan kemudian mengalir Kembali dari ruang siber keruang fisik dalam bentuk informasi yang bermakna.<sup>21</sup>

Penggabungan ruang siber dan ruang fisik dalam konteks *Society 5.0* dalam buku yang berjudul “*Society 5.0; A People-centric Super-smart Society*” membahas bagaimana dunia maya dapat membantu kita menghubungkan fenomena dunia nyata sehingga menciptakan nilai baru. “Penggabungan” mengacu pada proses pengumpulan data mentah dari ruang fisik (dunia nyata), menggunakan data tersebut untuk mendapatkan model didunia maya, dan terus menyempurnakan model tersebut. Proses ini menciptakan nilai dimana model menghasilkan pengetahuan baru, yang kemudian dapat diakumulasikan dan dibagikan. Hal ini berbeda dengan proses yang ada saat ini, yaitu pengumpulan data yang lebih luas, dan dikumpulkan pada volume yang jauh lebih besar dan frekuensi yang jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan masa lalu.<sup>22</sup> Integrasi *realtime* antara dunia nyata dan dunia maya mnjadi kunci utama keberhasilan *Society 5.0*

Kaidanren (Federasi Jepang) menyatakan tujuan *Society 5.0* sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kekuatan individu dengan menerapkan Revormasi Individu: agar setiap individu, baik lansia maupun Perempuan, dapat hidup nyaman dan sehat dengan aman serta mewujudkan gaya hidup masing-masing.

---

<sup>21</sup> Hitachi-UTokyo Laboratory (H-UTokyo Lab.), ed., *Society 5.0: A People-Centric Super-Smart Society* (Singapore: Springer Singapore, 2020), <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2989-4>.

<sup>22</sup> Potočan, V., Mulej, M. and Nedelko, Z. (2021), "Society 5.0: balancing of Industry 4.0, economic advancement and social problems", *Kybernetes*, Vol. 50 No. 3, pp. 794-811. <https://doi.org/10.1108/K-12-2019-0858>

- b. Memberikan nilai-nilai baru melalui revormasi Perusahaan: mewujudkan ekonomi dan masyarakat baru dengan mendorong peningkatan produktivitas melalui digitalisasi dan revormasi model bisnis serta mendukung inovasi dan globalisasi.
- c. Menciptakan masa depan yang lebih baik dengan memecahkan masalah sosial: melakukan upaya untuk mewujudkan masa depan yang kaya dan kuat untuk memecahkan banyak masalah seperti menurunnya populasi di berbagai negara, masyarakat yang menua dengan cepat, dan bencana alam. Berkontribusi dalam memecahkan masalah dalam skala global melalui ekspansi ekspansi bisnis dan layanan baru diluar negeri.

### 3. Indikator *Society 5.0*

Kaidanren (Federasi Jepang) menyatakan Indikator *Society 5.0* sebagai berikut:

- a. Pemecahan masalah dan penciptaan nilai
- b. Keberagaman
- c. Desentralisasi
- d. Ketangguhan
- e. Keberlanjutan dan keharmonisan lingkungan

### 4. *Co-Creation*

*Co-creation* adalah konsep dinamis yang melibatkan partisipasi aktif dan kolaborasi berbagai pemangku kepentingan dalam proses penciptaan nilai.<sup>23</sup> Ini

---

<sup>23</sup> Nikola Ćurčić and Vuk Miletić, "Factors Important for Achieving the Competitiveness of Industrial and Agroindustrial Products," *Ekonomika Poljoprivrede* 67, no. 3 (2020): 831–47, <https://doi.org/10.5937/ekoPolj2003831C>.

telah muncul sebagai strategi penting dalam bisnis dan pemasaran modern, yang menekankan pentingnya keterlibatan tidak hanya pelanggan tetapi juga karyawan dan mitra eksternal dalam proses inovatif. Dengan memanfaatkan keahlian kolektif dan wawasan dari beragam pemangku kepentingan, organisasi dapat mencapai kesuksesan yang lebih besar dalam memenuhi kebutuhan dan harapan audiens target mereka.

Model kolaboratif dalam penciptaan nilai ini telah mendefinisikan ulang pendekatan tradisional terhadap pemasaran dan inovasi, dengan mengakui pelanggan sebagai sumber daya penting dalam membentuk dan meningkatkan produk dan layanan. Kokreasi memiliki implikasi yang signifikan bagi para ahli strategi perusahaan dan pembuat kebijakan publik, karena hal ini mengalihkan fokus dari pandangan yang linear dan berurutan mengenai penciptaan nilai ke pendekatan yang lebih interaktif dan dinamis.<sup>24</sup> Hal ini menekankan pentingnya dialog, transparansi, dan pemahaman tentang manfaat risiko dalam membangun hubungan yang kuat dengan konsumen dan komunitas.

## 5. Industri Konten Digital

Industri konten digital merupakan salah satu industri yang berkembang seiring dengan perkembangan teknologi digital. Secara konseptual, industri konten digital mencakup berbagai produk atau layanan yang terintegrasi dengan berbagai jenis konten seperti konten grafis, teks, gambar, suara, data, dan lainnya. Lingkup industri konten digital sangat luas, meliputi berbagai konten mobile,

---

<sup>24</sup> Marjan Leber et al., "Fostering Alliances with Customers for the Sustainable Product Creation," *Sustainability* 10, no. 9 (September 7, 2018): 3204, <https://doi.org/10.3390/su10093204>.

layanan internet, video game, animasi, audio visual, penerbitan digital, hingga pendidikan berbasis digital<sup>25</sup>. Industri kreatif juga termasuk dalam cakupan industri konten digital apabila mereka melakukan proses digitalisasi terhadap produk mereka.<sup>26</sup> Industri konten digital secara khusus berkaitan dengan konten-konten yang disiarkan dan dikonsumsi secara digital melalui berbagai platform seperti *Youtube*, *Netflix*, *Spotify*, serta berbagai aplikasi seperti *GrabFood* yang menyediakan informasi berupa konten mengenai penyedia layanan makanan.

Ekosistem industri konten digital sendiri didasarkan pada tiga komponen utama, yaitu produksi konten, distribusi konten, dan konsumsi konten. Namun, dalam era digital saat ini ketiga komponen tersebut dapat terjadi secara kolaboratif berkat kemajuan teknologi digital yang memungkinkan setiap orang untuk terlibat dalam proses produksi, distribusi, maupun konsumsi konten secara bersama-sama.

Industri konten digital menghasilkan keuntungan bagi perusahaan melalui proses inovasi baru, kreativitas dalam pengembangan konten, serta hak atas kekayaan intelektual berupa konten yang dikembangkan.<sup>27</sup> Karyawan dalam industri konten digital sangat berperan penting karena keberhasilan industri ini sangat bergantung pada kreativitas mereka dalam membuat konten serta inovasi-inovasi baru yang dihasilkan. Dengan demikian, industri konten digital

---

<sup>25</sup> Sugiono, "Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0 Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective."

<sup>26</sup> I Kadek Jayendra Dwi Putra and Ni Ketut Pande Sarjani Sarjani, "FENOMENA LATAH SOSIAL DALAM PEMBUATAN KONTEN VISUAL DI ERA INDUSTRI KREATIF DIGITAL," *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL* 3, no. 01 (January 29, 2022): 9–15, <https://doi.org/10.59997/amarasi.v3i01.1040>.

<sup>27</sup> Rudi Edi Santoso et al., "Penggunaan Dan Manfaat Big Data Dalam Konten Digital," *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal* 3, no. 2 (November 29, 2022): 88–91, <https://doi.org/10.34306/abdi.v3i2.836>.

merupakan salah satu industri yang berkembang pesat seiring dengan perkembangan teknologi digital di era saat ini.

Joe Pulizzi, pendiri *Content Marketing Institute* (CMI) dan penulis buku “Epic Content Marketing”, telah memberikan panduan tentang indikator-indikator industri konten digital. Berikut adalah beberapa indikator yang dikemukakan oleh Joe Pulizzi:

- a. Jumlah tayangan (*Page views*): Indikator ini mengukur jumlah halaman konten yang dilihat oleh pengunjung. Jumlah yang tinggi menunjukkan minat dan eksposur konten.
- b. Tingkat keterlibatan (*Engagement Rate*): Indikator ini mengukur tingkat keterlibatan pengunjung dengan konten, seperti jumlah komentar, like, dan berbagi konten. Tingkat keterlibatan yang tinggi menunjukkan konten yang menarik dan relevan bagi audiens.
- c. Tingkat konversi (*Conversion Rate*): Indikator ini mengukur presentase pengunjung yang melakukan tindakan yang diinginkan setelah mengonsumsi konten, seperti mendaftar newsletter, mengisi formulir, atau melakukan pembelian. Tingkat konversi yang tinggi menunjukkan efektivitas konten dalam menghasilkan tindakan yang diinginkan.
- d. Tingkat Retensi (*Retention Rate*): Indikator ini mengukur persentase pengunjung yang kembali mengonsumsi konten dalam periode waktu tertentu. Tingkat retensi yang tinggi menunjukkan konten yang mempertahankan minat pengunjung dan menciptakan loyalitas.

- e. ROI (*Return on Investment*): Indikator ini mengukur efektivitas konten dalam menghasilkan nilai bagi bisnis. ROI dapat dihitung dengan membandingkan investasi yang dilakukan dengan hasil yang diperoleh, seperti pendapatan, penjualan, atau biaya yang dihemat.
- f. Tingkat Pemberian Nilai (*Value Delivered*): Indikator ini mengukur sejauh mana konten memberikan nilai kepada audiens. Hal ini dapat diukur dengan melihat tingkat interaksi, tingkat konversi dan umpan balik positif dari pengguna
- g. Tingkat Dampak Branding: Indikator ini mengukur sejauh mana konten membantu membangun dan meningkatkan kesadaran merek serta citra positif. Hal ini dapat diukur dengan melihat peringkat merek, pertumbuhan pengikut di media sosial, dan ulasan positif.

#### 6. *Framework* Industri Konten Digital

Framework industri konten digital adalah kerangka kerja yang dapat membantu pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk untuk mengembangkan industri konten digital secara terstruktur dan berkelanjutan, *Framework* ini harus mencakup beberapa elemen penting, seperti:<sup>28</sup>

- a. Visi dan misi: visi dan misi industri konten digital harus jelas dan terukur
- b. Strategi: strategi pengembangan industri konten digital harus komprehensif dan mencakup semua aspek, mulai dari hulu hingga hilir

---

<sup>28</sup> Chrystian Dwi Putra Yunus and Muhamad Bahrul Ulum, "Pengembangan Aplikasi Penjadwalan Konten Instagram Otomatis Bagi Pelaku Umkm Dengan Flutter Framework," *Jurnal Ilmiah Informatika* 11, no. 02 (September 5, 2023): 196–205, <https://doi.org/10.33884/jif.v11i02.8038>.

- c. Aktor: Aktor yang terlibat dalam pengembangan industri konten digital harus diidentifikasi dan dilibatkan secara aktif
- d. Sumber daya: Sumber daya yang dibutuhkan untuk pengembangan industri konten digital harus dipetakan dan dijamin ketersediaannya.
- e. Kerjasama: Kerjasama antar berbagai pihak harus terjalin dan diperkuat.

7. Pengembangan *framework* industri konten digital di kota Palopo

Pengembangan *framework* industri konten digital di kota Palopo harus dilakukan secara bertahap dan melibatkan semua pihak yang berkepentingan. Berikut adalah beberapa Langkah yang dapat dilakukan:<sup>29</sup>

- a. Melakukan kajian dan pemetaan potensi: melakukan kajian dan pemetaan potensi industri konten digital dikota Palopo.
- b. Menetapkan visi dan misi: Menetapkan visi dan misi industri konten digital yang jelas dan terukur
- c. Menyusun strategi: Menyusun strategi pengembangan industri konten digital yang komprehensif dan mencakup semua aspek
- d. Membentuk tim koordinasi: Membentuk tim koordinasi yang terdiri dari berbagai pihak untuk mengelola pengembangan industri konten digital.
- e. Mengembangkan Program dan kegiatan: Mengembangkan program dan kegiatan yang sesuai dengan strategi pengembangan industri konten digital.

---

<sup>29</sup> Muhammad Naim Al Jumah, Bambang Sugiantoro, and Yudi Prayudi, "Penerapan Metode Composite Logic Untuk Perancangan Framework Pengumpulan Bukti Digital Pada Media Sosial," *ILKOM Jurnal Ilmiah* 11, no. 2 (August 31, 2019): 135–42, <https://doi.org/10.33096/ilkom.v11i2.442.135-142>.

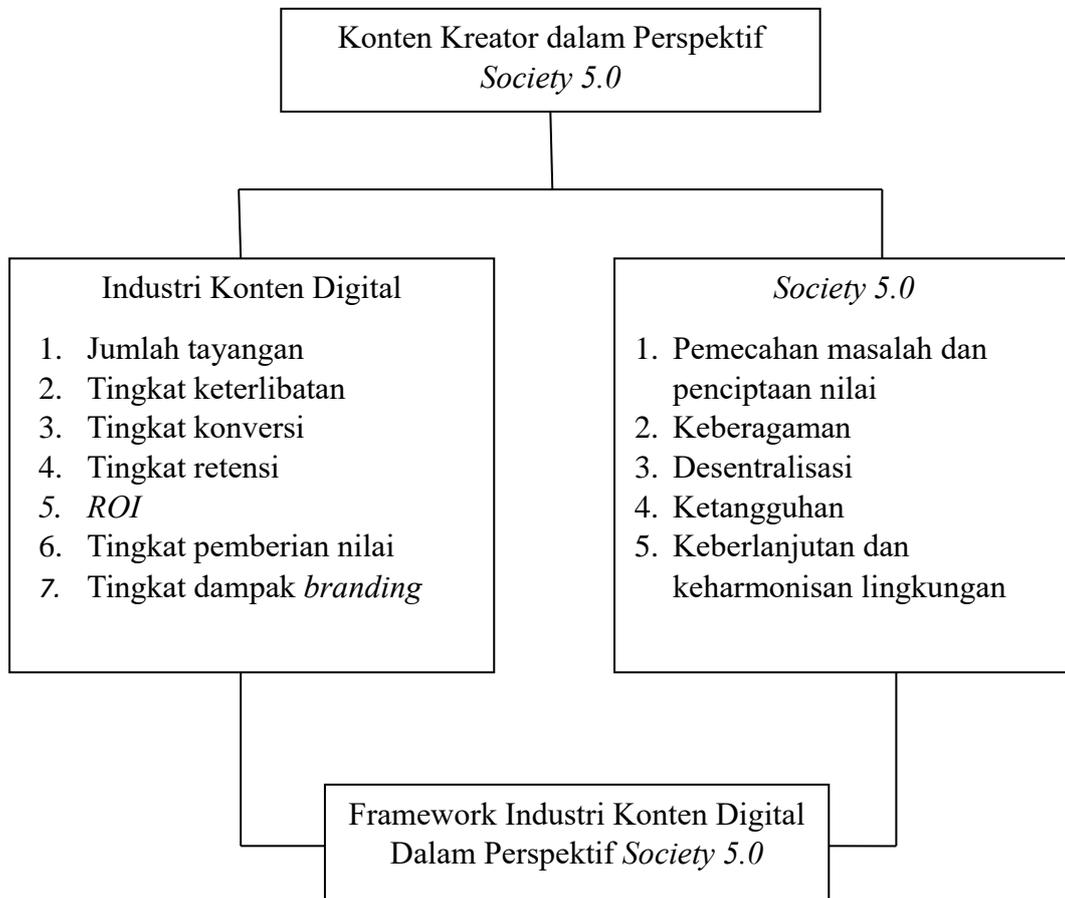
f. Melakukan monitoring dan evaluasi: melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan efektivitas pengembangan industri konten digital.

8. Tujuan pengembangan *framework* industri konten digital

Pengembangan *framework* industri konten digital di Kota Palopo dalam perspektif *Society 5.0* diharapkan dapat:

- a. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat kota Palopo melalui akses yang lebih mudah ke informasi dan edukasi
- b. Mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di kota Palopo
- c. Menciptakan lapangan kerja baru di kota Palopo
- d. Meningkatkan citra kota Palopo

### C. Kerangka Pikir



**Gambar 2.2** Kerangka Pikir

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan.<sup>30</sup> Penelitian lapangan ini memiliki tujuan untuk memperoleh berbagai data dan informasi yang akurat dilapangan. Dimana penelitian ini penulis mencari data dan informasi dilapangan terkait dengan pemanfaatan era *Society 5.0* pada konten kreator kota Palopo.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, dan digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Dengan tujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti.

#### **B. Lokasi dan waktu Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di kota Palopo. Adapun waktu pelaksanaan penelitian dimulai pada bulan Juni-Juli tahun 2024

#### **C. Informan Penelitian**

Farida Nugraha informan penelitian merupakan narasumber yang memberikan keterangan atau informasi sebagai sumber data dalam penelitian.<sup>31</sup> Adapun informan dalam penelitian ini ialah para konten kreator kota Palopo.

---

<sup>30</sup> Farida Nugraha, *Metode Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Cakra Books, 2014), 48

<sup>31</sup> Farida Nugraha, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Surakarta: Cakra Books, 2014), 80

1. Informan Kunci: ada dua informan inti dalam penelitian ini yaitu konten kreator Kota Palopo dan Pemerintah khususnya dari Dinas Komunikasi dan Informatika yang bertanggung jawab dalam pengembangan industri konten digital
2. Informan Utama: informan utama dalam penelitian ini adalah pelaku industri kreatif dan masyarakat pengguna konten digital di Kota Palopo
3. Informan Pendukung: Informan pendukung dalam penelitian ini adalah komunitas terkait industri konten digital di Kota Palopo dan perwakilan masyarakat sipil yang peduli terhadap pengembangan industri konten digital di Kota Palopo

#### **D. Definisi Istilah**

##### 1. Framework

Suatu kerangka atau konsep yang digunakan untuk memahami, mengorganisir, dan mengelola suatu bidang ilmu tertentu. *Framework* berguna untuk merancang dan menganalisis suatu sistem atau proses.<sup>32</sup>

##### 2. Industri konten digital

Secara konseptual, industri konten digital merujuk pada produk atau layanan yang mengintegrasikan konten grafis, teks, gambar, suara, data dan lainnya yang diakses secara digital.<sup>33</sup> Mencakup konten mobile, internet, game, animasi, audio visual, penerbitan digital dan pendidikan digital.

---

<sup>32</sup> Syahri Ramadhani, "PIECES Framework Untuk Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Dan Kepentingan Sistem Informasi," *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika* 4, no. 2 (June 11, 2018), <https://doi.org/10.26905/jtmi.v4i2.2101>.

<sup>33</sup> Muhammad Badri, "Pribumi Digital Moderat: Profil Kecakapan Komunikasi Digital Generasi Z," *Jurnal Riset Komunikasi* 5, no. 2 (August 31, 2022): 291–303, <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.653>.

### 3. Society 5.0

Konsep dimana teknologi akan hidup berdampingan dengan manusia untuk meningkatkan kualitas hidup secara berkelanjutan dengan memanfaatkan aspek humaniora.<sup>34</sup>

### 4. Perspektif

Sudut pandang atau cara memandang suatu hal, dalam konteks penelitian ini, perspektif mengacu pada cara memandang industri konten digital berdasarkan konsep *Society 5.0*

## **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen Penelitian merupakan Langkah penting dalam pola prosedur penelitian, yang berfungsi sebagai alat bantu dalam pengumpulan data penelitian. Adapun komponen instrument penelitian ini adalah peneliti, narasumber, pedoman observasi, pedoman wawancara, buku, alat tulis, perekam suara serta alat pendukung lainnya yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian ini.

## **F. Sumber Data**

### 1. Data Primer

Rahmadi, data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasi atau objek penelitian.<sup>35</sup> Adapun data primer dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari observasi, wawancara, dan dokumentasi pada konten Kreator kota Palopo.

### 2. Data Sekunder

---

<sup>34</sup> Vieira et al., "Society 5.0 and Education 5.0." (Conference:18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies, 2023)

<sup>35</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Edisi 1 (Banjarmasin: Antasari, 2011), 71

Sarwanto, data sekunder merupakan data yang diperoleh peneliti dengan melihat dan membaca data yang selaras dengan penelitian yang dilakukan.<sup>36</sup> Adapun data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari studi literatur/kepustakaan dengan mempelajari buku-buku atau bahan-bahan tertulis yang memiliki hubungan dengan topik yang diteliti, berupa jurnal penelitian, buku, dokumen, dan internet.

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

### 1. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung. Nasution observasi merupakan pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.<sup>37</sup> Dimana peneliti melakukan observasi penelitian konten kreator di Kota Palopo

### 2. *Depth Interview* (Wawancara Mendalam)

*Depth Interview* merupakan proses memperoleh data dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dengan informan. *Depth Interview* merupakan proses memperoleh keterangan atau data dari informan secara lisan ataupun tulisan dengan tujuan tujuan penelitian.<sup>38</sup> Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan *interview* dengan beberapa konten kreator Kota Palopo

### 3. Dokumentasi

---

<sup>36</sup> Andhi Kusumastuti dan Ahmad Mustamil Khoiron, *Metodde Penelitian Kualitatif*, (Semarang: Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo, 2019), 34.

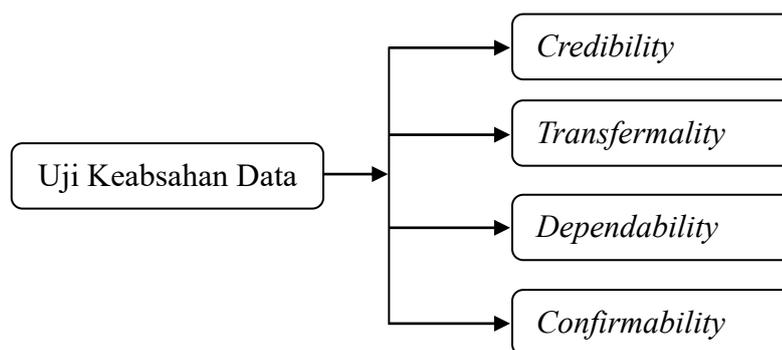
<sup>37</sup> Rahmadi, *Pengantar Metodologi Penelitian*, Edisi 1 (Banjarmasin: Antasari, 2011), 71

<sup>38</sup> Natalina Nilamsari, *Memahami Studi Dokumentasi Dalam Penelitian Kualitatif*, (Fakultas Ilmu Komunikasi: Universitas Prof. Dr. Moestopo), 177.

G.J. Renier sejarawan dari *University College London* menjelaskan istilah dokumentasi sejatinya semua sumber, baik sumber tertulis maupun sumber lisan, dan data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi merupakan data yang bersifat sekunder. Dokumentasi

## H. Keabsahan Data

Lincoln dan Guba, menyatakan bahwa untuk mencapai *trustworthiness* (kebenaran) dalam penelitian kualitatif, maka uji keabsahan data dapat dilakukan diantaranya:



**Gambar. 3.1** Uji Keabsahan Data

### 1. Kreadibilitas (*creadibility*)

Uji keabsahan data dengan *creadibility* dilakukan dengan cara:

- a. Keterikatan yang lama (*prolonged engagement*), Dimana peneliti tidak teges-gesa dalam pengumpulan data atau informasi tentang situasi yang diteliti.
- b. Ketekunan pengamatan (*persistent observasion*), Teknik ini digunakan untuk memahami suatu gejalayang lebih mendalam, peneliti dapat menetapkan aspek-aspek yang penting dan relevan dengan topik penelitian.

- c. Melakukan triangulasi (*triangulation*), Moleong triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh dari pengumpulan data.
- d. Mendiskusikan dengan teman sejawat yang tidak berperan serta dalam penelitian, sehingga penelitian akan mendapatkan masukan dari orang lain.
- e. Kecukupan referensi, dalam konteks ini peneliti mengumpulkan referensi yang sesuai dengan objek penelitian.
- f. Analisis kasus negative (*negative case analysis*), dilakukan dengan cara meninjau ulang hal-hal yang sudah terjadi, tercatat dalam catatan lapangan, apakah masih ada data yang tidak mendukung atau tidak relevan dengan penelitian.<sup>39</sup>

## 2. Transferabilitas (*transferability*)

Transferabilitas sejatinya merupakan kecocokan arti fungsi unsur-unsur yang terkandung dalam fenomena studi dan fenomena diluar ruang lingkup studi, dengan cara melakukan uraian rinci dari data ke teori, atau dari kasus ke kasus lain, sehingga pembaca menerapkan dalam konteks yang hampir sama.

## 3. Dependabilitas (*Dependability*)

Dalam penelitian ini dependabilitas dibangun sejak pengumpulan data, analisis data, dan penyajian data dalam penelitian. Uji keabsahan data dependabilitas dilakukan dengan teknik:

- a. Memeriksa bias-bias yang dating dari objek penelitian

---

<sup>39</sup> Hardani et al, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (CV. Pustaka Ilmu, 2020) 203.

- b. Mengkonfirmasi setiap simpulan yang ada dengan sumber data penelitian.
  - c. Untuk mempertinggi *dependability* penelitian, peneliti dapat menggunakan dokumentasi berupa gambar, video, rekaman suara dalam pengambilan data penelitian di lapangan.
4. Konfirmabilitas (*Confirmability*)

Konfirmabilitas identik dengan objektivitas penelitian atau keabsahan deskriptif dan interpretatif. Keabsahan data dalam penelitian dibandingkan dengan menggunakan teknik mengkonsultasikan setiap langkah kegiatan kepada promotor atau konsultan sejak awal penelitian hingga penyusunan, analisis data, dan penyajian penelitian.<sup>40</sup>

## I. Teknik Analisis Data

Miles and Huberman menyebutkan ada tiga analisis data dalam penelitian kualitatif.<sup>41</sup>

1. Reduksi Data (*Data Reduction*), adalah proses berfikir yang memerlukan kecerdasan, keluasan, dan kedalaman dalam menganalisis data atau informasi dengan cara merangkum data yang diperoleh dari lapangan, memilih hal-hal pokok dan penting, mencari tema dan pola serta membuang data yang tidak perlu.
2. Penyajian Data (*Data Display*), adalah aktivitas yang dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya. Miles dan Huberman menyatakan “*the most frequent form of display data for qualitative*

---

<sup>40</sup> Salim dan Syahrudin, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial, Keagamaan, dan Pendidikan*, Edisi 1 (Bandung: Citapustaka Media, 2007), 168-169.

<sup>41</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: ALFABETA, 2015), 93

*research data in the past been narrative text*” (yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah teks yang bersifat naratif).

3. Penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verification*), adalah kegiatan pengumpulan bukti-bukti yang valid dan konsisten dari hasil penelitian lapangan agar dapat menemukan *conclusion* yang *credible* dan mampu menjawab rumusan masalah.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Gambaran Umum DISKOMINFO Kota Palopo**

###### **a. Sejarah Diskominfo Kota Palopo**

Pada awalnya, urusan komunikasi dan informatika di Kota Palopo hanya dilaksanakan oleh Bidang Komunikasi dan Informatika pada Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informatika, berdasarkan Peraturan Daerah Kota Palopo Nomor 7 Tahun 2009 tentang Rincian Tugas Pokok Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika Kota Palopo. Dalam peraturan daerah tersebut, Bidang Komunikasi dan Informatika memiliki tugas dan tanggung jawab terkait dengan pengelolaan dan pengembangan infrastruktur komunikasi dan informatika di wilayah Kota Palopo, serta pemberian layanan kepada masyarakat di bidang tersebut.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks, pemerintah Kota Palopo menyadari perlunya informatika. Pada akhir tahun 2016, tepatnya pada tanggal 21 Desember 2016, berdasarkan Peraturan Daerah dalam Wilayah Kota Palopo, urusan komunikasi dan informatika dilaksanakan oleh Organisasi Perangkat Daerah berbentuk “Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo” dengan tipologi “C”. Pembentukan Dinas Komunikasi dan Informatika ini dilakukan untuk memberikan perhatian dan penanganan yang lebih khusus dan komprehensif terhadap urusan Komunikasi dan Informatika Kota Palopo diberikan tugas dan fungsi sebagaimana

dijabarkan dalam Peraturan Walikota Palopo Nomor 45 Tahun 2016 tentang Dinas  
Komunikasi dan

Informatika, yang mencakup berbagai aspek pembangunan dan pengembangan infrastruktur, layanan, serta tata kelola komunikasi dan informatika Kota Palopo.

b. Visi dan Misi KOMINFO Kota Palopo

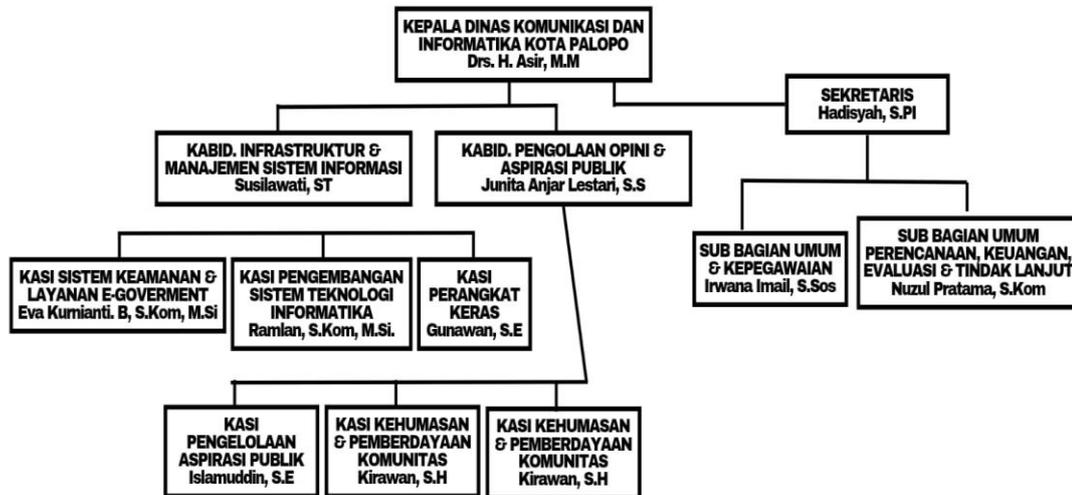
1) Visi

Terwujudnya Kota Palopo yang PROAKTIF (Profesional, Akuntabel, dan Inovatif) berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi'

2) Misi

- a) Meningkatkan diseminasi informasi melalui pendayagunaan media informasi online untuk mengurangi kesenjangan informasi.
- b) Meningkatkan pemberdayaan potensi dan lembaga komunikasi masyarakat dalam menghadapi globalisasi dan keterbukaan informasi.
- c) Meningkatkan pengembangan, pemanfaatan dan pengintegrasian sistem *e-government* dalam rangka mengembangkan muatan *e-government* dan kualitas layanan publik.
- d) Meningkatkan kualitas pelayanan bidang infrastruktur dan Manajemen Sistem Informatika yang didukung sarana dan prasarana memadai serta SDM yang profesional.

c. Struktur Organisasi DISKOMINFO Kota Palopo



**Gambar. 4.1** Struktur Organisasi Diskominfo Kota Palopo

d. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Penelitian ini menggunakan enam subjek diantaranya. Satu orang dari pihak Diskominfo Kota Palopo, tiga orang selaku konten kreator dan dua orang masyarakat umum sebagai audiens konten kreator. Adapun deskripsi dari informan penelitian ini, ialah sebagai berikut.

1. Zufikar Arifin, S.E.

Subjek pertama pada penelitian ini merupakan kepala bagian humas Diskominfo Kota Palopo pengumpulan data yang peneliti gunakan ialah wawancara dan dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara dengan subjek yang berlokasi di kantor Diskominfo Kota Palopo tepatnya di ruang bagian kehumasan lantai satu, sesuai dengan kesepakatan peneliti dengan informan sebelumnya.

Pendalam informasi pada subjek pertama dilakukan pada pukul 09.00 WITA tanggal 19 Agustus 2024

## 2. Adinda Mutiara

Adinda adalah subjek kedua dari penelitian ini, subjek merupakan konten kreator Kota Palopo. Subjek sudah menjadi konten kreator sejak 2019 dengan jenis konten *review* makanan dan jasa. Selain menjadi konten kreator subjek juga bekerja di salah satu klinik yang ada di Kota Palopo sebagai admin media sosial. Peneliti melakukan pengambilan data dengan wawancara dan dokumentasi dengan subjek yang berlokasi di *café* Rabbids Kota Palopo, sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan sebelumnya. Pendalam informasi pada subjek kedua dilakukan pada pukul 19.00 WITA tanggal 10 Agustus 2024.

## 3. Ryan Saputra Jaya

Subjek ketiga pada penelitian ini merupakan konten kreator Kota Palopo sejak 2018 dimana konten-konten yang dihasilkan berupa sketsa komedi. Peneliti melakukan pengambilan data dengan cara wawancara dan dokumentasi dengan subjek, adapun lokasi penelitiannya di *café* Rabbids sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya oleh subjek dan peneliti pada pukul 21.00 WITA 10 Agustus 2024.

## 4. Noviana Sari

Subjek keempat merupakan salah satu alumni mahasiswa IAIN Palopo yang berprofesi sebagai konten kreator, konten yang dihasilkan oleh subjek biasanya berupa *daily life* subjek. Selain bekerja sebagai konten kreator, subjek juga bekerja di salah satu toko kosmetik di Kota Palopo. Wawancara dengan

subjek berlangsung di Shanty kosmetik tempat subjek bekerja, tepatnya diruang tunggu toko tersebut. Wawancara berlangsung pada pukul 08.26 WITA 12 Agustus 2024.

#### 5. Corah Paintu

Subjek kelima adalah alumni IAIN Palopo yang berperan sebagai audiens konten kreator, subjek menggunakan media sosial *Instagram* dan juga *facebook* wawancara dengan subjek dilakukan pada pukul 16.00 WITA 13 Agustus di kontrakan peneliti sesuai dengan kesepakatan yang telah dilakukan sebelumnya.

#### 6. Nur Jannah

Nur Jannah merupakan subjek terakhir dari penelitian ini dimana subjek merupakan Ibu rumah tangga sekaligus pemilik rumah makan yang berdomisili di Balandai. Subjek menggunakan media sosial Instagram dan Tiktok. Wawancara dengan subjek terakhir berlangsung di Rumah makan Balandai pukul 14.00 WITA tanggal 16 Agustus 2024.

### **A. Hasil Penelitian**

#### **1. Industri Konten Digital Kota Palopo**

##### a. Jumlah Tayangan

Konten Kreator Kota Palopo berusaha mengidentifikasi preferensi audiens mereka dengan memperhatikan tren yang sedang berlangsung saat ini. Mereka memahami bahwa dengan memperhatikan tren dan membuat konten yang sesuai dengan preferensi audiens, mereka dapat menarik perhatian dan minat audiens yang lebih luas. Selain itu, Konten Kreator Kota Palopo juga aktif membangun interaksi yang baik dengan audiens mereka melalui respon yang cepat dan

memperhatikan komentar serta umpan balik yang diberikan. Mereka menyadari bahwa membangun komunitas yang loyal merupakan kunci untuk meningkatkan jumlah tayangan (view) konten mereka dan juga meningkatkan keterlibatan (engagement) audiens dalam jangka panjang. Ryan selaku Konten kreator Kota Palopo telah menjelaskan bahwa.

Untuk meningkatkan jumlah page views, saya biasanya mengoptimalkan keterlibatan audiens, seperti membalas komentar mereka dan menerima masukan. Tentunya, konten yang saya hasilkan juga harus menarik bagi audiens.<sup>42</sup>

Konten Kreator Kota Palopo mengamati bahwa jenis interaksi yang paling sering dilakukan oleh audiens adalah pemberian *like* pada postingan mereka. Mereka menjadikan *likes* ini sebagai indikator konten mana yang paling disukai atau berdampak bagi audiens. Selain itu, komentar dari audiens juga muncul, yang membantu mereka menganalisis konten mana yang paling menarik. Dengan data tentang interaksi ini, mereka dapat mengetahui konten yang berpotensi viral dan memanfaatkan wawasan tersebut untuk merencanakan pembuatan konten selanjutnya. Adinda selaku konten kreator kota Palopo menjelaskan bahwa.

Audiens sering memberikan likes pada postingan saya, dan saya menjadikan hal ini sebagai indikator konten mana yang paling banyak disukai atau berdampak bagi audiens saya.<sup>43</sup>

Konten kreator Kota Palopo menunjukkan komitmen yang kuat dalam memahami dan memenuhi preferensi audiens mereka. Dengan memperhatikan *tren* yang sedang berlangsung, mereka dapat menciptakan konten yang relevan

---

<sup>42</sup> Hasil Wawancara Bersama Ryan Saputra Jaya, selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024.

<sup>43</sup> Hasil Wawancara Bersama Adinda Mutiara selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024.

dan menarik, sekaligus membangun interaksi yang baik melalui respon cepat terhadap komentar dan umpan balik. Hal ini tidak hanya meningkatkan jumlah tayangan, tetapi juga memperkuat keterlibatan audiens dalam jangka panjang. Ryan dan Adinda, sebagai perwakilan konten kreator, menggarisbawahi pentingnya analisis interaksi, seperti *likes* dan komentar, sebagai indikator keberhasilan konten. Dengan memanfaatkan wawasan ini, mereka mampu merencanakan konten yang lebih baik dan lebih menarik, sehingga dapat terus menarik perhatian audiens yang lebih luas.

#### b. Tingkat Keterlibatan

Konten kreator Kota Palopo memahami bahwa tingkat keterlibatan audiens merupakan salah satu indikator penting dalam mengukur keberhasilan konten yang mereka buat. Tingkat keterlibatan tidak hanya dilihat dari jumlah view atau tayangan, namun juga interaksi audiens seperti komentar, suka, dan berbagi konten. Untuk menanggapi hal ini, para konten kreator Palopo berusaha secara aktif membangun hubungan yang baik dengan audiens mereka. Mereka rutin membalas komentar, memberi tanggapan, dan melibatkan audiens dalam diskusi seputar konten yang dibagikan. Noviana selaku konten kreator Kota Palopo telah menjelaskan bahwa.

Jenis interaksi yang paling banyak adalah pemberian like. Melalui data like ini, saya dapat mengetahui konten-konten mana yang mudah untuk viral. Saya dapat memanfaatkan pengetahuan tersebut untuk kepentingan pembuatan konten selanjutnya. Untuk membuat akun saya lebih interaktif terhadap audiens, saya berusaha membalas komentar maupun pesan langsung (DM) yang masuk. Selain itu, saya juga berupaya memahami preferensi dari audiens saya.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Hasil Wawancara Bersama Noviana Sari selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 12 Agustus 2024

Konten kreator Kota Palopo berharap agar audiens mereka mengambil tindakan setelah melihat konten digital yang mereka buat. Mereka menginginkan umpan balik berupa *like* dan komentar sebagai bentuk apresiasi, yang sangat berarti bagi mereka. Selain itu, ketika melakukan kolaborasi dengan merek tertentu, mereka berharap audiens memberikan perhatian lebih, misalnya dengan melakukan pembelian atau mendukung promosi tersebut. Dukungan aktif dari audiens, baik dalam bentuk interaksi maupun partisipasi dalam kampanye kolaborasi, sangat diharapkan untuk menciptakan hubungan yang lebih kuat dan saling menguntungkan antara konten kreator dan audiens. Ryan selaku konten kreator kota Palopo menjelaskan bahwa.

Tindakan yang saya harapkan dari audiens adalah apresiasi berupa *like*, komentar, maupun *share*, yang tentunya sangat berarti bagi saya. Selain itu, jika konten tersebut merupakan hasil kerja sama dengan pihak lain, saya juga berharap audiens dapat aktif mendukung hal tersebut.<sup>45</sup>

Tingkat keterlibatan audiens menjadi kunci bagi konten kreator Kota Palopo dalam mengukur keberhasilan konten yang mereka buat. Dengan memahamsi bahwa interaksi yang baik, seperti komentar, *likes*, dan *shares*, sangat berarti, mereka aktif membangun hubungan yang erat dengan audiens. Noviana dan Ryan, sebagai perwakilan konten kreator, menunjukkan betapa pentingnya umpan balik dalam proses kreatif mereka. Harapan mereka agar audiens tidak hanya terlibat secara pasif, tetapi juga memberikan dukungan aktif, mencerminkan keinginan untuk menciptakan komunitas yang saling mendukung.

---

<sup>45</sup> Hasil Wawancara Bersama Ryan Saputra Jaya selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024

### c. Tingkat Konversi

Konten krator Kota Palopo sangat memperhatikan dan menghargai setiap tindakan yang dilakukan oleh audiens terhadap konten mereka. Segala bentuk interaksi dan umpan balik dari audiens dianggap sebagai informasi berharga guna mengembangkan strategi konten yang lebih baik. Mereka juga mengapresiasi audiens yang terlibat aktif melalui akun media sosial atau komunitas digital, dan akan terus menyajikan konten bernilai untuk membangun hubungan yang lebih erat. Jika konten memiliki tujuan komersial, para konten kreator menghargai audiens yang melakukan tindakan pembelian, pendaftaran, atau konversi, karena menunjukkan kepercayaan dan dasar untuk hubungan bisnis yang lebih kuat. Adinda selaku konten krator Kota Palopo telah menjelaskan bahwa.

Saya mengharapkan umpan balik dari audiens saya berupa like maupun komentar. Selain itu, jika saya bekerja sama untuk mempromosikan suatu merek, saya berharap audiens saya juga dapat memberikan perhatian terhadap merek tersebut, seperti melakukan pembelian atau tindakan lainnya.<sup>46</sup>

Menurut konten kreator Kota Palopo, beberapa faktor utama yang mempengaruhi tingkat konversi audiens mereka adalah kualitas konten yang menarik, informatif, dan relevan dengan kebutuhan audiens. Mereka menyadari bahwa konten dengan kualitas tinggi cenderung memiliki tingkat konversi yang lebih baik, sehingga mereka terus berupaya meningkatkan kualitas konten untuk menarik minat dan meyakinkan audiens. Ryan selaku konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

---

<sup>46</sup> Hasil Wawancara Bersama Adinda Mutiara selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024.

Sebagai konten kreator Kota Palopo, saya fokus pada beberapa faktor utama untuk meningkatkan konversi audiens. Kualitas konten yang menarik, informatif, dan relevan adalah hal pertama yang saya prioritaskan. Saya juga memperhatikan tingkat keterlibatan audiens, karena semakin tinggi interaksi mereka, besar peluang konversi. Untuk itu, saya berupaya membangun hubungan erat dengan audiens saya.<sup>47</sup>

Tingkat konversi juga menjadi perhatian utama bagi konten kreator Kota Palopo dalam mengembangkan hubungan dengan audiens mereka. Setiap tindakan yang dilakukan oleh audiens, baik berupa umpan balik, *likes*, maupun tingkat komersial seperti pembelian, dihargai sebagai informasi berharga. Adinda dan Ryan menekankan pentingnya kualitas konten yang menarik, informatif, dan relevan, yang berperas signifikan dalam meningkatkan tingkat konversi. Dengan terus menyajikan konten yang bernilai dan membangun interaksi yang baik, para konten kreator berupaya tidak untuk menarik perhatian audiens, tetapi juga untuk membangun kepercayaan yang kuat.

#### d. Tingkat Retensi

Konten kreator Kota Palopo memahami bahwa menjaga retensi audiens merupakan tantangan penting bagi bisnis mereka. Berdasarkan pengalaman, konten kreator Kota Palopo mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang mempengaruhi tingkat retensi audiens. Diantaranya kualitas konten, kreatifitas, dan konsistensi terbukti efektif dalam mempertahankan minat audiens dalam jangka panjang. Selain itu, membangun tingkat keterlibatan audiens melalui interaksi, seperti komentar dan tanggapan, juga dapat meningkatkan komitmen

---

<sup>47</sup> Hasil Wawancara Bersama Ryan Saputra Jaya selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024

audiens terhadap konten kreator. Adinda selaku konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Sebagai konten kreator di Kota Palopo, saya tentunya memahami bahwa mengedepankan kualitas konten dan membangun loyalitas brand yang bekerja sama merupakan kunci penting dalam mempertahankan retensi audiens. Saya menyadari bahwa audiens loyal akan senantiasa mengikuti konten-konten saya jika saya mampu menyajikan informasi yang berkualitas, kreatif dan konsisten. Selain itu membangun hubungan yang erat dengan brand mitra juga dapat mendorong audiens untuk tetap terlibat, karena mereka akan merasa terhubung dengan ekosistem yang saya hadirkan. Dengan memfokuskan pada aspek-aspek ini saya yakin dapat mempertahankan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan.<sup>48</sup>

Konten kreator Kota Palopo menyadari bahwa mempertahankan audiens merupakan tantangan yang sangat krusial bagi keberlangsungan bisnis mereka. Berdasarkan pengalaman yang telah diperoleh, mereka mengidentifikasi beberapa faktor utama yang mempengaruhi tingkat retensi audiens dalam jangka panjang. Selain itu, upaya untuk meningkatkan keterlibatan melalui interaksi, seperti komentar dan tanggapan, juga memiliki peran penting dalam memperkuat komitmen audiens terhadap konten yang dihasilkan.

e. ROI (*Return on Investment*)

Tujuan bisnis yang ingin dicapai oleh konten kreator Kota Palopo adalah membangun dan mempertahankan basis audiens yang loyal. Hal ini menjadi kunci dalam menjamin keberlanjutan dan profitabilitas bisnis dalam jangka panjang. Memiliki audiens yang loyal berarti mereka dapat memastikan investasi dalam konten menghasilkan dampak optimal, karena audiens akan terus terlibat. Oleh karena itu. Membangun dan mempertahankan retensi audiens yang loyal

---

<sup>48</sup> Hasil Wawancara Bersama Adinda Mutiara selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024

merupakan prioritas utama, karena hal ini tidak hanya mendukung keberlanjutan bisnis, namun juga memungkinkan mereka untuk berkembang dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan. Ryan selaku konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Sebagai konten kreator, tujuan bisnis yang ingin dicapai adalah memiliki pendapatan yang terus meningkat dari waktu ke waktu, menjalin kerja sama yang lebih luas dengan brand-brand yang besar, serta yang paling penting adalah terjalannya loyalitas yang kuat dan saling menguntungkan antara saya dan audiens. Dengan memfokuskan pada pencapaian-pencapaian ini, konten kreator dapat menjamin keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang.<sup>49</sup>

Konten kreator Kota Palopo menyatakan bahwa konten dengan ROI tertinggi seringkali melibatkan konten yang kreatif dan relevan, terutama yang berkaitan dengan isu-isu sosial yang relevan. Konten semacam ini tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga menciptakan keterlibatan yang lebih tinggi dari audiens. Sebaliknya, konten dengan ROI terendah cenderung muncul dari konten yang tidak relevan dan tidak sesuai dengan minat audiens. Dari pengamatan ini, mereka menyadari pentingnya melakukan riset terhadap audiens dan menyusun strategi yang sesuai untuk memastikan konten yang dibuat dapat menghasilkan nilai tambah dan dampak positif.

Sebagai konten kreator di Kota Palopo, saya menyadari bahwa konten dengan ROI tertinggi adalah yang menggabungkan elemen edukasi dan hiburan yang sesuai dengan preferensi audiens karena ini dapat menarik perhatian dan mendorong interaksi yang lebih banyak. Sedangkan konten yang memiliki ROI terendah biasanya konten yang tidak relevan dan tidak sesuai minat audiens. Dari pengalaman ini, saya belajar bahwa memahami kebutuhan audiens dan mengukur

---

<sup>49</sup> Hasil Wawancara Bersama Ryan Saputra Jaya selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024

kinerja konten sangat penting untuk menciptakan konten yang efektif dan mencapai hasil yang optimal.<sup>50</sup>

Konten kreator Kota Palopo fokus pada pembangunan dan pemeliharaan basis audiens yang loyal sebagai strategi untuk memastikan keberlanjutan dan profitabilitas basis dalam jangka panjang. Pemahaman yang mendalam mengenai preferensi dan kebutuhan audiens memungkinkan mereka menciptakan konten yang relevan, menarik, dan berdampak positif. Upaya menghasilkan konten berkualitas tinggi yang menggabungkan elemen edukasi dan hiburan meningkatkan keterlibatan audiens serta mendorong loyalitas yang saling menguntungkan. Pencapaian tujuan bisnis ini mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan dan membuka peluang untuk kolaborasi yang lebih luas di masa depan.

f. Tingkat Pemberian Nilai

Konten kreator Kota Palopo mendefinisikan “nilai” dari konten digital mereka bagi audiens sebagai kemampuan untuk memberikan manfaat yang signifikan dan relevan bagi kehidupan sehari-hari audiens. Mereka memahami bahwa nilai konten diukur dari seberapa mampu konten tersebut memenuhi kebutuhan, menghibur, menginspirasi atau memberikan informasi berharga bagi audiens, serta membangun koneksi emosional melalui konten yang autentik dan selaras dengan preferensi audiens. Pada akhirnya, konten kreator meyakini bahwa nilai konten digital terletak pada kemampuannya untuk memberikan manfaat

---

<sup>50</sup> Hasil Wawancara Bersama Adinda Mutiara selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024

nyata dan membangun loyalitas jangka panjang dari audiens setia mereka.

Noviana selaku konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Sebagai konten kreator, saya berharap konten saya dapat memberikan pengalaman positif bagi audiens saya. Selain itu, saya berharap konten tersebut dapat memberikan manfaat nyata bagi audiens, baik dalam bentuk hiburan yang menyenangkan maupun informasi yang berguna dan berdampak positif bagi kehidupan sehari-hari mereka. Dengan demikian, saya ingin memastikan bahwa setiap karya yang saya hasilkan dapat membawa nilai tambah dan memberikan dampak yang bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.<sup>51</sup>

Sebagai konten kreator di Kota Palopo, mereka menyadari pentingnya menerapkan strategi yang komprehensif untuk meningkatkan nilai konten digital secara signifikan. Hal ini penting dilakukan mengingat persaingan yang semakin ketat dalam industri konten di era digital saat ini. Strategi-strategi yang mereka terapkan di antaranya melakukan riset dan analisis terkait kebutuhan, preferensi serta tren audiens, meningkatkan kualitas produksi konten serta memperluas jaringan kolaborasi. Melalui upaya yang konsisten ini mereka yakin dapat terus memberikan pengalaman konten digital yang semakin berharga dan mempertahankan loyalitas audiens. Ryan selaku konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Selain upaya untuk meningkatkan kualitas konten secara konsisten, saya juga perlu melakukan riset yang mendalam terkait preferensi, kebutuhan dan tren di kalangan audiens saya. Hal ini penting agar pesan yang saya sampaikan dapat diterima dengan baik. Melalui proses riset dan analisis, saya dapat memperoleh wawasan berharga tentang topik, penyampaian serta format konten yang efektif. Keterlibatan audiens dalam mengembangkan konten juga menjadi strategi yang

---

<sup>51</sup> Hasil Wawancara Bersama Noviana Sari selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 12 Agustus 2024

bermanfaat untuk menciptakan konten yang relevan dan bernilai tambah bagi mereka. Dengan memadukan peningkatan kualitas konten dan pemahaman mendalam tentang audiens saya, saya dapat membangun ikatan emosional serta mempertahankan loyalitas audiens saya.

Definisi “nilai” bagi konten kreator Kota Palopo sebagai kemampuan untuk memberikan manfaat signifikan dan relevan bagi kehidupan sehari-hari audiens. Mereka menilai nilai konten berdasarkan seberapa baik konten tersebut memenuhi kebutuhan, menghibur, menginspirasi, dan membangun koneksi emosional. Noviana, salah satu konten kreator, menekankan pentingnya memberikan pengalaman positif dan manfaat nyata. Untuk meningkatkan nilai konten di tengah persaingan yang ketat, mereka menerapkan strategi riset tentang preferensi audiens, peningkatan kualitas produksi, dan perluasan jaringan kolaborasi.

g. Tingkat Dampak Branding

Konten kreator Kota Palopo meyakini bahwa merancang konten yang dapat membangun dan meningkatkan kesadaran serta citra positif dari brand yang diwakilinya merupakan hal penting. Dalam pembuatan konten, konten kreator Kota Palopo memastikan agar konten yang konsisten merefleksikan identitas, nilai, dan kepribadian unik dari merek, agar pesan tersampaikan jelas. Mereka akan membuat konten unik dan menarik, namun tetap menjaga identitas brand. Dalam berkolaborasi mereka akan menyesuaikan dengan identitas brand, namun tetap mempertahankan ciri khasnya dalam penyampaian yang jelas dan menarik bagi audiens. Melalui pendekatan ini, konten kreator Kota Palopo yakin dapat

merancang konten yang tidak hanya membangun kesadaran, amun juga menciptakan citra positif yang kuat dibenak audiens terhadap brand yang diwakilinya. Adinda selaku konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Sebagai konten kreator, saya memandang bahwa dalam merancang konten, adalah penting untuk memastikan bahwa konten yang saya tersebut secara konsisten merefleksikan identitas, nilai, dan kepribadian unik dari merek tersebut. Namun, dalam proses ini, saya juga tidak meninggalkan ciri khas saya sebagai konten kreator. Saya percaya bahwa keseimbangan antara identitas merek dan gaya penyampaian pribadi saya merupakan salah satu kunci untuk menciptakan konten yang efektif dalam membangun kesadaran dan citra positif dari brand yang saya representasikan.<sup>52</sup>

Konten kreator Kota Palopo memiliki pemahaman mengenai pentingnya merancang konten yang dapat membangun kesadaran dan citra positif dari merek yang diwakili. Dengan memastikan bahwa konten yang dihasilkan mencerminkan identitas, nilai, dan kepribadian unik dari merek, mereka dapat meyampaikan pesan dengan jelas dan efektif. Upaya untuk tetap untuk tetap menjaga ciri khas dalam penyampaian serta kemampuan untuk beradaptasi dengan identitas merek merupakan elemen kunci dalam mencapai tujuan branding. Nelalui pendekatan ini, konten kreator tidak hanya dapat meningkatkan kesadaran merek, tetapi juga membangun citra positif yang kuat dibenak audiens, yang pada akhirnya mendukung keberlangsungan dan kesuksesan bisnis mereka.

## **2. Society 5.0**

### **a. Pemecahan Masalah dan Penciptaan Nilai**

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo saat ini cenderung berfokus pada upaya peningkatan literasi digital masyarakatdi. Berbagai aktivitas

---

<sup>52</sup> Hasil Wawancara Bersama Noviana Sari selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 12 Agustus 2024

yang dilakukan antara lain menyampaikan edukasi mengenai etika pemanfaatan media sosial serta memproduksi konten-konten informasi terkait program-program pemerintah daerah. Namun, pihak Diskominfo belum secara khusus mengembangkan perhatian dan inisiatif untuk mendukung potensi para konten kreator di Kota Palopo. Disisi lain, untuk dapat mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku industri konten digital di daerah, Diskominfo perlu membuka ruang komunikasi yang lebih intensif dengan mendengarkan aspirasi langsung dari para konten kreator. Dengan memahami permasalahan-permasalahan yang mereka hadapi, Diskominfo dapat merancang program pengembangan yang tepat sasaran serta memberikan solusi yang sesuai untuk mendukung kemajuan ekosistem industri konten digital di Kota Palopo. Zulfikar Arifin, S.E selaku Kepala bagian Humas Diskominfo Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Saat ini, Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palopo hanya berfokus pada literasi digital masyarakat, seperti menyampaikan etika dalam bermedia sosial dan membuat konten tentang program-program pemerintah. Mereka belum berfokus pada pengembangan konten kreator.<sup>53</sup>

Para konten kreator Kota Palopo memandang bahwa mengidentifikasi preferensi konsumen adalah hal penting untuk dapat menciptakan konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens mereka. Untuk itu, mereka biasanya melakukan beberapa langkah, seperti mengamati tren dan topik-topik viral media sosial, mempelajari karakteristik dan demografi audiens melalui analitik, serta secara berkala melakukan survei sederhana atau meminta umpan balik langsung dari

---

<sup>53</sup> Hasil Wawancara Bersama Zulfikar Arifin, S.E., selaku Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo. Tanggal 19 Agustus 2024

pengikut. Setelah memahami preferensi audiens, para konten kreator tersebut berupaya untuk menciptakan nilai bagi audiens melalui konten-konten yang unik, kreatif, informatif, serta mampu memberikan pengalaman yang menarik dan membangun interaksi yang erat. Adinda sebagai konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Sebagai konten kreator Kota Palopo, saya menyadari betapa pentingnya mengidentifikasi preferensi konsumen agar dapat menciptakan konten yang sesuai dengan kebutuhan audiens. Untuk itu saya rutin mengamati tren viral, mempelajari demografi pengikut melalui analitik, serta meminta umpan balik langsung. Setelah memahami keinginan konsumen, saya berupaya menyajikan konten yang unik, kreatif, dan informatif, sambil memberikan pengalaman menarik untuk membangun interaksi erat dan mempertahankan loyalitas audiens saya.<sup>54</sup>

Masyarakat Kota Palopo mengharapkan konten digital yang dibuat oleh para pelaku konten kreator memberikan informasi yang bermanfaat, hiburan yang menghibur, serta inspirasi yang dapat memotivasi mereka dalam kehidupan sehari-hari. Mereka percaya bahwa konten yang menggabungkan ketiga elemen ini akan lebih menarik dan relevan. Selain itu, masyarakat juga memberikan saran agar para konten kreator lebih memperhatikan kebutuhan dan preferensi audiens dengan mendengarkan umpan balik dari pengikut mereka. Hal ini dianggap penting untuk menciptakan konten yang berkualitas, serta diharapkan para konten kreator dapat lebih konsisten dalam menyajikan konten yang menarik dan tidakmonoton, sehingga audiens tetap antusias mengikuti karya-karya mereka. Corah Paintu selaku audiens konten kreator kota Palopo menjelaskan bahwa.

---

<sup>54</sup> Hasil Wawancara Bersama Adinda Mutiara selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024

Saran dari saya, konten kreator di Kota Palopo sebaiknya lebih meningkatkan kualitas kontennya. Selain itu, mereka juga perlu memperhatikan preferensi konsumen atau audiens. Akan lebih baik jika konten kreator tidak sekedar mengikuti tren-tren yang tidak sesuai dengan nilai-nilai baik, hanya demi mengejar peningkatan jumlah pengikut (*followers*) dan jumlah suka (*like*). Konten yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan audiens akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan positif, tanpa harus mengorbankan integritas konten kreator.<sup>55</sup>

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo perlu memperluas fokusnya dari sekedar peningkatan literasi digital masyarakat menjadi dukungan yang lebih signifikan terhadap pengembangan konten kreator lokal. Meskipun Diskominfo telah melaksanakan berbagai upaya edukasi terkait etika pemanfaatan media sosial dan informasi program pemerintah, perhatian yang lebih mendalam terhadap kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh konten kreator masih sangat diperlukan. Konten kreator Kota Palopo juga diharapkan mampu mengidentifikasi preferensi audiens agar dapat menciptakan konten yang relevan dan berkualitas. Dalam menjalankan perannya, konten kreator perlu mendengarkan umpan balik masyarakat untuk menghasilkan konten yang informatif, menghibur dan inspiratif, sekaligus mempertahankan nilai-nilai positif dan integritas. Dengan demikian, kolaborasi yang erat antara Diskominfo, konten kreator dan masyarakat selaku audiens menjadi kunci dalam membangun ekosistem konten digital yang lebih dinamis dan berkelanjutan di Kota Palopo.

#### b. Keberagaman

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palopo menilai bahwa menjunjung prinsip keberagaman (*diversity*) dalam pembangunan industri

---

<sup>55</sup> Hasil Wawancara Bersama Corah Paintu selaku Audiens dari Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 13 Agustus 2024

konten digital di daerah adalah hal yang sangat penting. Mereka percaya bahwa keberagaman menciptakan ruang bagi berbagai perspektif, ide, dan kreativitas, yang pada gilirannya dapat memperkaya konten yang dihasilkan. Diskominfo juga menyadari bahwa dengan mendukung keberagaman, mereka dapat mendorong partisipasi masyarakat dari berbagai latar belakang, sehingga konten yang dihasilkan dapat lebih representatif dan relevan dengan kebutuhan audiens lokal. Selain itu keberagaman di dalam industri konten digital diharapkan dapat meningkatkan inovasi dan daya saing, serta memberikan peluang yang lebih luas bagi para pelaku konten kreator di Kota Palopo. Zulfikar Arifin, S.E selaku Kepala bagian Humas Diskominfo Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Keberagaman sangat penting dalam pembangunan industri konten digital, dan ada beberapa alasan yang mendasari pandangan ini. Pertama, keberagaman akan mencerminkan kekayaan budaya lokal yang ada di masyarakat, sehingga konten yang dihasilkan tidak hanya sekedar informasi, tetapi juga mengandung nilai-nilai dan tradisi yang melekat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat membantu membangun identitas yang kuat dan keunikan konten, sehingga menarik perhatian audiens yang lebih luas. Selain itu, keberagaman juga mendorong munculnya berbagai perspektif dan ide kreatif yang dapat memperkaya narasi dalam konten, menjadikan lebih relevan dan menarik bagi berbagai kalangan. Dengan demikian, keberagaman berperan penting dalam menciptakan konten yang bermakna dan berdampak positif.<sup>56</sup>

Konten kreator Kota Palopo sejauh ini belum terlalu memperhatikan aspek representasi audiens yang beragam, karena konten yang dibuat biasanya bergantung pada klien yang menggunakan jasa mereka untuk promosi. Meskipun demikian, mereka selalu memantau umpan balik dari audiens, yang membantu dalam menambahkan *subtitel* agar pesan dapat tersampaikan dengan jelas. Mereka

---

<sup>56</sup> Hasil Wawancara Bersama Zulfikar Arifin, S.E., selaku Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo. Tanggal 19 Agustus 2024

mengaku bahwa sebelumnya belum fokus pada aspek ini, tetapi berusaha untuk mengimplementasikannya dalam konten selanjutnya. Terkait diversitas dalam proses kreati, konten krator belum mendapatkan manfaat yang signifikan, meskipun konten mereka dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Namun, kolaborasi dengan teman-teman dari latar belakang yang berbeda, seperti budaya, usia dan gender, memungkinkan mereka untuk menghasilkan konten yang lebih beragam dan menarik. Dengan adanya diversitas, peluang untuk berkolaborasi dengan kreator lain juga meningkat, sehingga konten yang dihasilkan menjadi lebih kaya dan berwarna. Adinda selaku konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Saya tidak terlalu memperhatikan aspek representasi audiens yang beragam, karena konten yang saya buat biasanya bergantung pada klien. Meskipun demikian, saya selalu memperhatikan umpan balik dari audiens seperti menambahkan subtital agar pesan tersampaikan dengan jelas. Saya lebih memperbanyak kolaborasi dengan teman-teman dari latar belakang yang berbeda seperti budaya, usia, dan gender sehingga konten saya lebih beragam dan lebih berwarna.<sup>57</sup>

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo menyadari bahwa terdapat banyak tantangan dalam mengembangkan industri konten digital di daerah. Sebagai kota yang masih berkembang, Palopo belum sepenuhnya memperhatikan pengembangan konten kreatornya. Beberapa hambatan yang dihadapi antara lain keterbatasan infrastruktur digital, kesenjangan ketrampilan digital di kalangan masyarakat, serta kurangnya kesadaran dan motivasi motivasi masyarakat terhadap peluang untuk menjadi konten kreator. Untuk mengatasi tantangan tersebut, kedepannya Diskomnfo Kota Palopo akan berupaya

---

<sup>57</sup> Hasil Wawancara Bersama Adinda Mutiara selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024.

meningkatkan infrastruktur digital, menyelenggarakan pelatihan keterampilan digital, serta melakukan kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya konten digital dan peluang yang ada di industri ini. Zulfikar Arifin, S.E selaku Kepala bagian Humas Diskominfo Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Tentunya terdapat banyak tantangan dalam mengembangkan industri konten digital di Kota Palopo. Hal ini dikarenakan Kota Palopo termasuk kota yang masih berkembang dan belum terlalu memperhatikan pengembangan konten kreatornya. Adapun hambatan yang dihadapi, antara lain keterbatasan infrastruktur digital, kesenjangan keterampilan digital yang masih banyak terjadi di Kota Palopo, serta kurangnya kesadaran dan motivasi masyarakat terhadap peluang menjadi konten kreator.<sup>58</sup>

Para konten kreator Kota Palopo menyadari bahwa mereka tidak terlalu memperhatikan masalah diversitas, karena konten-konten yang mereka hasilkan tidak menyinggung isi-isi terkait etnis, gender, atau agama. Fokus utama mereka adalah pada kualitas dan wawasan konten. Namun, mereka mengakui tantangan seperti kurangnya kesadaran masyarakat tentang peluang di industri konten digital, yang menghambat keterlibatan masyarakat dengan ciri khas berbeda. Mereka berharap adanya dukungan dan sosialisasi yang lebih intensif dari pihak terkait untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan mendorong partisipasi dalam industri ini. Ryan selaku konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Dalam mewujudkan diversitas, tentunya terdapat tantangan-tantangan. Salah satu tantangan yang pernah saya hadapi adalah kurangnya kesadaran masyarakat di Kota Palopo terkait peluang yang ada dalam industri ini, sehingga masyarakat dengan ciri khas lain belum sepenuhnya terlibat dalam menciptakan diversitas.

---

<sup>58</sup> Hasil Wawancara Bersama Zulfikar Arifin, S.E., selaku Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo. Tanggal 19 Agustus 2024

Masyarakat Kota Palopo menyarankan agar pelaku industri konten digital memperbanyak kolaborasi dengan konten kreator dari daerah lain untuk mendapatkan perspektif dan pendekatan yang lebih beragam, sehingga dapat memperkaya konten dan menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, mereka berharap konten kreator lebih memperhatikan preferensi audiens dan meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan audiens secara mendalam, konten yang lebih relevan dan menarik dapat tercipta. Peningkatan kualitas dari segi visual, narasi, dan informasi akan menjadikan konten lebih profesional, memberikan nilai tambah, serta membangun keterlibatan yang lebih baik dengan masyarakat. Nur Jannah selaku audiens konten kreator kota Palopo menjelaskan bahwa.

Saran saya, konten kreator di Kota Palopo sebaiknya memperbanyak kolaborasi dengan konten kreator dari daerah lain. Kolaborasi antar konten kreator dapat memberikan perspektif dan pendekatan yang lebih beragam dalam menghasilkan konten. Hal ini dapat memperkaya konten yang dihasilkan dan menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya di Kota Palopo, tetapi juga di daerah lain. Selain itu, kolaborasi juga dapat membuka peluang untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan best practices dalam menciptakan konten yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan penting kepada masyarakat.<sup>59</sup>

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo menekankan pentingnya keberagaman dalam membangun industri konten digital, karena keberagaman menciptakan ruang bagi berbagai perspektif dan kreativitas yang memperkaya konten. Meskipun konten kreator di Kota Palopo belum sepenuhnya memperhatikan representasi audiens yang beragam, mereka berusaha meningkatkan kolaborasi dengan individu dari latar belakang berbeda. Tantangan yang dihadapi meliputi

---

<sup>59</sup> Hasil Wawancara Bersama Nur Jannah selaku audiens dari Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 16 Agustus 2024

keterbatasan infrastruktur digital dan kurangnya kesadaran masyarakat tentang peluang di industri konten digital. Diskominfo berencana untuk meningkatkan infrastruktur dan menyelenggarakan pelatihan keterampilan digital guna mendorong partisipasi yang lebih luas.

### c. Desentralisasi

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palopo melihat bahwa desentralisasi memberikan peluang dan potensi yang signifikan dalam pengembangan industri konten di daerah. Desentralisasi mendorong kreativitas lokal untuk berkembang, sehingga menciptakan konten digital yang khas dan unik, yang merefleksikan identitas serta kebudayaan daerah setempat. Dengan demikian, Diskominfo percaya bahwa desentralisasi dapat menjadi pendorong bagi pertumbuhan industri konten digital yang lebih beragam dan relevan dengan masyarakat lokal. Zulfikar Arifin, S.E selaku Kepala bagian Humas Diskominfo Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Dengan adanya desentralisasi, peluang dan potensi dalam pengembangan industri konten digital di Kota Palopo akan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan desentralisasi akan mendorong kreativitas lokal untuk berkembang. Kreativitas lokal ini dapat diwujudkan dalam bentuk konten digital yang khas dan unik, yang merefleksikan identitas dan kebudayaan daerah setempat.<sup>60</sup>

Konten kreator Kota Palopo merasa sangat diuntungkan dengan adanya berbagai platform yang mengakomodasi kreator, seperti instagram, tiktok, dan facebook. Banyaknya pilihan ini memungkinkan mereka untuk berkreasi dan mengeksplorasi lebih banyak peluang, sehingga konten yang dihasilkan dapat

---

<sup>60</sup> Hasil Wawancara Bersama Zulfikar Arifin, S.E., selaku Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo. Tanggal 19 Agustus 2024

bervariasi sesuai dengan karakteristik masing-masing platform. Mereka juga memperhatikan kebiasaan audiens di setiap platform. Misalnya, di Tiktok audiens lebih menyukai konten yang bercerita tentang pengalaman pribadi, sementara di instagram, audiens cenderung lebih tertarik pada jenis konten yang berbeda. Fleksibilitas dalam beradaptasi dengan preferensi pengguna di setiap platform memberikan banyak peluang bagi kreator untuk mengembangkan kreativitas dan menjangkau audiens yang lebih luas. Adinda selaku konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Kehadiran berbagai platform yang mengakomodasi kreator konten, seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan lain-lain, sangat bermanfaat bagi saya. Banyaknya pilihan platform ini memungkinkan untuk lebih berkreasi dan mengeksplorasi lebih banyak peluang. Hal ini membuat konten yang saya buat juga dapat bervariasi sesuai dengan karakteristik masing-masing platform, dengan memperhatikan kebiasaan konsumen di setiap platform tersebut. Misalnya, di TikTok, penonton cenderung lebih menyukai konten yang bercerita tentang pengalaman pribadi saya, sementara di Instagram, audiens saya lebih tertarik dengan konten lain yang saya buat. Fleksibilitas beradaptasi dengan preferensi pengguna di setiap platform membuka banyak peluang bagi saya untuk mengembangkan kreativitas dan menjangkau audiens yang lebih luas.<sup>61</sup>

Masyarakat atau audiens merasakan banyak manfaat dari adanya desentralisasi di industri konten digital. Dengan desentralisasi, konsumen lebih memiliki banyak pilihan yang beragam, karena kesempatan bagi konten kreator dari berbagai daerah untuk memproduksi dan menyajikan konten secara langsung kepada audiens semakin terbuka. Hal ini memberikan akses yang lebih luas kepada konsumen terhadap konten-konten yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan masing-masing. Konsumen tidak lagi terbatas pada konten lokal, tetapi dapat

---

<sup>61</sup> Hasil Wawancara Bersama Adinda Mutiara selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024

menjangkau konten dari berbagai daerah dan latar belakang. Dengan semakin banyaknya pilihan yang tersedia, mereka dapat memilih konten yang paling menarik, informatif, dan sesuai dengan minat mereka. Corah Paintu selaku audiens konten kreator kota Palopo menjelaskan bahwa.

Dengan adanya disentralisasi, kita sebagai konsumen memiliki lebih banyak pilihan yang lebih beragam. Disentralisasi telah membuka kesempatan bagi konten kreator dari berbagai daerah untuk memproduksi dan menyajikan konten mereka secara langsung kepada audiens. Hal ini memberikan konsumen akses yang semakin luas terhadap konten-konten yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan masing-masing. Konsumen tidak lagi terbatas pada konten lokal saja, tetapi dapat menjangkau konten dari berbagai daerah dan latar belakang. Dengan semakin banyaknya pilihan yang tersedia, konsumen dapat memilih konten yang paling menarik, informatif, dan sesuai dengan minat mereka.<sup>62</sup>

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palopo mengidentifikasi beberapa kendala dalam mengembangkan industri konten digital, seperti keterbatasan infrastruktur, kapasitas dan keterampilan konten kreator, akses permodalan, serta regulasi dan kebijakan yang belum optimal. Selain itu, koordinasi dan sinergi di antara pemangku kepentingan juga perlu ditingkatkan. Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, Diskominfo berencana menerapkan strategi komprehensif yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan terkait. Mereka juga akan memastikan adanya dukungan berkesinambungan dari pemerintah, sehingga pengembangan industri konten digital di Kota Palopo dapat berjalan dengan baik dan efektif. Zulfikar Arifin, S.E selaku Kepala bagian Humas Diskominfo Kota Palopo menjelaskan bahwa.

---

<sup>62</sup> Hasil Wawancara Bersama Corah Paintu selaku Audiens dari Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 13 Agustus 2024

Terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam mengembangkan industri konten digital di Kota Palopo, seperti keterbatasan infrastruktur, kapasitas dan keterampilan konten kreator, akses permodalan, serta regulasi dan kebijakan yang belum optimal. Selain itu, koordinasi dan sinergi di antara pemangku kepentingan juga masih perlu ditingkatkan. Untuk mengatasi hal tersebut, kami akan menerapkan strategi yang komprehensif dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan terkait. Kami juga akan memastikan adanya dukungan yang berkesinambungan dari pemerintah, sehingga pengembangan industri konten digital di Kota Palopo dapat berjalan dengan baik.<sup>63</sup>

Konten kreator Kota Palopo menghadapi beberapa kendala terkait akses sumber daya digital dalam produksi konten. Mereka mengungkapkan bahwa terbatasnya kemampuan editing dan aplikasi yang tersedia menjadi tantangan, terutama karena latar belakang pendidikan yang tidak sesuai membuat proses editing menjadi membingungkan. Banyak aplikasi editing berkualitas yang memerlukan langganan berbayar, sehingga menambah biaya untuk menghasilkan konten yang baik. Oleh karena itu, para konten kreator berharap pemerintah dapat menyediakan wadah seperti workshop atau pelatihan terkait editing dan penggunaan aplikasi, agar mereka dapat lebih maksimal dalam memproduksi konten. Ryan selaku konten kreator kota Palopo pmenjelakan bahwa.

Dalam hal sumber daya digital, saya sebagai konten kreator menghadapi beberapa kendala, yaitu terbatasnya kemampuan editing dan aplikasi yang tersedia. Latar belakang pendidikan saya yang tidak sesuai membuat saya merasa bingung saat melakukan proses editing, sehingga harus belajar ulang. Selain itu, aplikasi editing yang baik seringkali membutuhkan langganan berbayar, sehingga menimbulkan biaya tambahan untuk dapat membuat konten berkualitas. Oleh karena itu, kami sebagai konten kreator di Palopo berharap pemerintah dapat menyediakan wadah seperti workshop atau pelatihan terkait editing

---

<sup>63</sup> Hasil Wawancara Bersama Zulfikar Arifin, S.E., selaku Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo. Tanggal 19 Agustus 2024

dan penggunaan aplikasi, sehingga kami dapat lebih maksimal dalam memproduksi konten.<sup>64</sup>

Audiens menanggapi bahwa untuk mendukung desentralisasi konten, diperlukan dukungan regulasi dari pemerintah yang membantu konten kreator lokal dan mendistribusikan karya mereka. Regulasi yang kondusif, seperti insentif, kemudahan perizinan, dan perlindungan hak kekayaan intelektual, akan memberikan ruang bagi konten kreator untuk berkarya dan menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya ditingkat lokal, tetapi juga regional dan nasional. Dengan adanya dukungan regulasi yang memfasilitasi distribusi konten, konsumen akan memiliki akses yang lebih mudah dan beragam terhadap konten berkualitas yang diproduksi di daerah mereka. Nur Jannah selaku audiens konten kreator kota Palopo menjelaskan bahwa.

Tentunya, untuk mendukung disentralisasi konten, diperlukan adanya dukungan regulasi dari pemerintah yang membantu konten kreator lokal dalam mendistribusikan karya mereka. Regulasi yang kondusif dapat mencakup insentif, kemudahan perizinan, dan perlindungan hak kekayaan intelektual bagi konten kreator lokal. Hal ini akan memberikan ruang bagi mereka untuk berkarya dan menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga regional maupun nasional. Dengan adanya dukungan regulasi yang memfasilitasi distribusi konten kreator lokal, maka konsumen akan memiliki akses yang lebih mudah dan beragam terhadap konten-konten berkualitas yang diproduksi di daerah mereka. Kolaborasi erat antara pemerintah, konten kreator, serta platform distribusi digital akan menjadi kunci untuk mewujudkan ekosistem disentralisasi konten yang sehat dan berkembang.

Desentralisasi di Kota Palopo memberikan peluang signifikan bagi pengembangan industri konten digital, mendorong kreativitas lokal untuk menciptakan konten yang unik dan mencerminkan identitas serta budaya daerah.

---

<sup>64</sup> Hasil Wawancara Bersama Ryan Saputra Jaya selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024

Diskominfo percaya bahwa desentralisasi dapat meningkatkan keberagaman konten yang relevan bagi masyarakat. Meskipun konten kreator Palopo diuntungkan dengan berbagai platform digital, mereka masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan infrastruktur dan keterampilan. Oleh karena itu, Diskominfo berencana untuk menerapkan strategi komprehensif yang melibatkan seluruh pemangku kepentingan dan menyediakan dukungan berkelanjutan dari pemerintah. Selain itu, regulasi yang kondusif diperlukan untuk membantu konten kreator dalam mendistribusikan karya mereka, sehingga audiens memiliki akses lebih luas terhadap konten berkualitas yang diproduksi di daerah.

#### d. Ketangguhan

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palopo berperan penting dalam mengembangkan ketahanan (resiliensi) konten kreator di daerah. Untuk mencapai hal ini, Diskominfo akan melakukan beberapa langkah strategis. Pertama, mereka akan memberikan pelatihan dan edukasi kepada konten kreator untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan mereka. Kedua, Diskominfo akan memastikan tersedianya infrastruktur digital yang diperlukan untuk mendukung pengembangan industri konten digital di Kota Palopo. Melalui upaya-upaya ini, diharapkan konten kreator lokal dapat menjadi lebih tangguh dan mampu bersaing di era digital yang terus berkembang. Zulfikar Arifin, S.E selaku Kepala bagian Humas Diskominfo Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Untuk mengembangkan ketahanan (resiliensi) pada konten kreator di Kota Palopo, tentunya harus dilakukan melalui beberapa cara. Pertama, kami akan memberikan pelatihan dan edukasi kepada konten

kreator daerah guna mengembangkan kapasitas dan keterampilan mereka. Kedua, kami akan menghadirkan infrastruktur digital yang dibutuhkan untuk mendukung pengembangan industri konten digital di Kota Palopo. Melalui upaya-upaya tersebut, diharapkan konten kreator lokal dapat semakin tangguh dan mampu bersaing di era digital.<sup>65</sup>

Konten kreator di Kota Palopo mengakui bahwa ada beberapa kendala yang sering mereka hadapi salah satunya dalam mendapatkan ide untuk berkarya. Dalam mengatasi tantangan ini, mereka biasanya akan bergabung dengan komunitas konten kreator di Kota Palopo dan aktif melakukan kolaborasi. Dengan berinteraksi dan berbagi pengalaman dengan sesama kreator, ide-ide baru sering muncul dengan sendirinya. Kolaborasi ini tidak hanya membantu dalam menemukan inspirasi, tetapi juga memberikan motivasi tambahan untuk terus berkarya. Seiring berjalannya waktu, mereka merasakan peningkatan kreativitas dan produktivitas dalam proses pembuatan konten. Noviana sebagai konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Dalam berkarya, terkadang saya mengalami kesulitan untuk mendapatkan ide. Namun, untuk mengatasi hal tersebut, saya bergabung dengan sebuah komunitas konten kreator di Palopo dan sering melakukan kolaborasi. Seiring berjalannya waktu, ide-ide baru pun bermunculan dengan sendirinya.

Konten kreator Kota Palopo menilai ketangguhan (resiliensi) sebagai aspek yang sangat penting dalam profesi mereka. Menjadi lebih terlihat dibandingkan oranglain bukanlah hal yang mudah, terutama ketika telah menjangkau audiens yang lebih luas. Mereka menyadari bahwa berbagai umpan balik, termasuk komentar negatif, mungkin akan diterima. Namun, hal ini tidak bisa dijadikan patokan keberhasilan. Konten kreator harus memiliki ketangguhan untuk

---

<sup>65</sup> Hasil Wawancara Bersama Zulfikar Arifin, S.E., selaku Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo. Tanggal 19 Agustus 2024

menyikapi segala bentuk umpan balik dengan cara yang dewasa, tidak terpancing emosi, dan tetap fokus untuk terus berkarya dengan lebih baik. Ketangguhan ini menjadi kunci untuk menghadapi tantangan dan menjaga semangat dalam proses kreatif. Adinda selaku konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Ketangguhan merupakan aspek yang sangat penting bagi seorang konten kreator. Menjadi seseorang yang lebih terlihat dibandingkan orang lain tidaklah mudah, apalagi ketika telah menjangkau audiens yang lebih luas. Berbagai macam feedback, termasuk komentar negatif mungkin akan diterima. Namun, hal tersebut tidak bisa dijadikan patokan bahwa konten kreator telah gagal. Konten kreator harus lebih tangguh dan menyikapi segala bentuk umpan balik dengan cara yang dewasa, tidak terpancing dan tetap fokus untuk terus berkarya dengan lebih baik.<sup>66</sup>

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palopo menilai bahwa peningkatan ketahanan (resiliensi) konten kreator di daerah dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat. Salah satu dampak tersebut adalah pengembangan ekonomi lokal di sektor ekonomi kreatif, yang dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan. Dengan mengembangkan kapasitas konten kreator dan menyediakan infrastruktur digital yang memadai, Diskominfo yakin bahwa upaya ini akan memberikan manfaat yang besar bagi perekonomian Kota Palopo, serta mendorong masyarakat untuk lebih terlibat dalam industri kreatif. Zulfikar Arifin, S.E selaku Kepala bagian Humas Diskominfo Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Dampak positif dari peningkatan ketahanan (resiliensi) konten kreator di Kota Palopo adalah dapat mengembangkan ekonomi lokal di bidang ekonomi kreatif. Hal ini akan menciptakan lapangan kerja baru, yang pada akhirnya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan. Dengan demikian, pengembangan kapasitas

---

<sup>66</sup> Hasil Wawancara Bersama Adinda Mutiara selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024

konten kreator dan dukungan infrastruktur digital yang memadai akan memberikan manfaat yang signifikan bagi perekonomian Kota Palopo.<sup>67</sup>

Masyarakat di Kota Palopo berpendapat bahwa ruang berekspresi bagi konten kreator masih belum sepenuhnya terbuka. Mereka meraskan adanya persepsi sosial dan budaya yang belum sepenuhnya mendukung industri konten kreator. Masyarakat masih memiliki stigma dan keengganan terhadap profesi ini, lebih mengedepankan tradisi dan budaya lokal yang sudah mengakar. Hal ini menjadi tantangan bagi konten kreator untuk diterima dan didukung oleh masyarakat setempat. Pergeseran mindset dan pemahaman mengenai pentingnya industri konten perlu dilakukan secara bertahap melalui edukasi dan sosialisasi. Keterlibatan pemimpin daerah dan tokoh masyarakat juga dianggap penting untuk mengatasi stigma negatif tersebut. Corah Paintu selaku audiens konten kreator kota Palopo menjelaskan bahwa.

Untuk Kota Palopo sendiri, saya rasa kondisinya belum sepenuhnya siap. Masih terdapat persepsi sosial dan budaya yang belum terbuka sepenuhnya terhadap industri konten kreator. Masyarakat di Kota Palopo masih memiliki stigma dan keengganan yang cukup kuat terhadap profesi konten kreator. Mereka lebih cenderung mengedepankan tradisi dan budaya lokal yang sudah mengakar. Hal ini dapat menjadi tantangan tersendiri bagi konten kreator Palopo untuk dapat diterima dan didukung oleh masyarakat setempat. Pergeseran mindset dan pemahaman masyarakat akan pentingnya industri konten perlu dilakukan secara bertahap. Edukasi, sosialisasi, serta keterlibatan pemimpin daerah dan tokoh masyarakat akan sangat membantu dalam mengikis stigma negatif tersebut. Selain itu, konten kreator Palopo juga perlu berhati-hati dalam menyeimbangkan elemen tradisional dan inovasi dalam karya mereka agar dapat diterima dengan baik. Upaya kolaboratif antara konten kreator, pemerintah daerah, dan masyarakat

---

<sup>67</sup> Hasil Wawancara Bersama Zulfikar Arifin, S.E., selaku Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo. Tanggal 19 Agustus 2024.

akan menjadi kunci untuk mengembangkan industri konten di Kota Palopo secara berkelanjutan.<sup>68</sup>

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo berperan penting dalam meningkatkan ketangguhan konten kreator melalui pelatihan dan penyediaan infrastruktur digital yang memadai. Upaya ini bertujuan agar konten kreator lokal dapat bersaing di era digital. Peningkatan ketahanan ini diharapkan memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal dan menciptakan lapangan kerja baru. Namun, tantangan sosial dan stigma negatif terhadap profesi konten kreator masih perlu diatasi melalui edukasi dan sosialisasi. Oleh karena itu kolaborasi antara konten kreator, pemerintah, dan masyarakat sangat penting untuk pengembangan industri konten di kota Palopo secara berkelanjutan.

e. Keberlanjutan dan Keharmonisan Lingkungan

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palopo berperan dalam mendorong konten kreator agar menghasilkan karya yang kreatif dan berorientasi pada kelestarian lingkungan. Untuk mencapai hal ini, Diskominfo akan menyediakan wadah edukasi mengenai konsep *sustainability* dan *environmental harmony*. Melalui program edukasi tersebut, mereka ingin menanamkan pemahaman tentang pentingnya menjaga keselarasan antara aktivitas kreatif dan kelestarian lingkungan. Dengan pendekatan ini, diharapkan konten yang dihasilkan oleh para konten kreator lokal tidak hanya inovatif, tetapi juga memiliki wawasan lingkungan yang kuat, sehingga dapat memberikan

---

<sup>68</sup> Hasil Wawancara Bersama Corah Paintu selaku Audiens dari Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 13 Agustus 2024

dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Zulfikar Arifin, S.E selaku Kepala bagian Humas Diskominfo Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Untuk mendorong konten kreator di Kota Palopo agar menghasilkan konten yang kreatif dan berorientasi pada kelestarian lingkungan, kami akan menyediakan wadah yang akan mengedukasi mereka terkait konsep *sustainability dan environmental harmony*. Melalui edukasi tersebut, kami ingin menanamkan pemahaman akan pentingnya menjaga keselarasan antara aktivitas kreatif dan kelestarian lingkungan. Dengan demikian, konten yang dihasilkan oleh para konten kreator lokal tidak hanya inovatif, tetapi juga berwawasan lingkungan.<sup>69</sup>

Konten kreator Kota Palopo memastikan bahwa proses produksi konten mereka meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dengan menerapkan beberapa strategi. Pertama, mereka selalu menjaga kebersihan lokasi pengambilan konten dan tidak meninggalkan sampah atau kotoran sisa aktivitas. Selain itu, mereka berusaha untuk menjaga kelestarian lingkungan sekitar dan menghindari penggunaan properti yang dapat merusak alam. Dalam pembuatan konten, mereka juga berkomitmen untuk meminimalkan penggunaan bahan yang berpotensi merusak lingkungan, seperti kertas berlebihan. Khususnya saat membuat konten traveling, mereka memastikan untuk tidak meninggalkan jejak sampah di tempat yang dikunjungi. Upaya ini menunjukkan kesadaran mereka akan pentingnya menjaga lingkungan dalam setiap kegiatan kreatif. Ryan selaku konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Dalam proses pembuatan konten, saya selalu berusaha menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sekitar tempat saya membuat

---

<sup>69</sup> Hasil Wawancara Bersama Zulfikar Arifin, S.E., selaku Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo. Tanggal 19 Agustus 2024

konten. Selain itu, saya juga menghindari penggunaan properti yang dapat merusak lingkungan.<sup>70</sup>

Audiens di Kota Palopo menilai bahwa aspek *sustainability* dan *environmental harmony* sangat penting dalam konten digital yang mereka konsumsi. Mereka menyadari bahwa konten yang dikonsumsi dapat memengaruhi persepsi, pola pikir dan perilaku sehingga tanggung jawab konten kreator menjadi krusial dalam menciptakan karya yang tidak hanya menarik, tetapi juga bermanfaat dan sesuai dengan nilai-nilai masyarakat. Konten yang bertanggung jawab dapat memberikan hiburan, edukasi, inspirasi, dan pengaruh positif. Oleh karena itu, konten kreator diharapkan memahami dampak yang ditimbulkan oleh karya mereka, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dengan menjaga kualitas dan menyeimbangkan unsur hiburan serta edukasi, konten kreator dapat membantu audiens mendapatkan konsumsi konten yang sehat dan bermanfaat. Dengan demikian, aspek *sustainability* dan harmoni lingkungan perlu dipertimbangkan dalam proses pembuatan konten. Nur Jannah selaku audiens konten kreator kota Palopo menjelaskan bahwa.

Tentunya, aspek ini sangat penting untuk diperhatikan. Audiens biasanya akan terpengaruh dan bahkan terdoktrin oleh apa yang menjadi konsumsi mereka, baik itu berupa informasi maupun hiburan. Konten yang dikonsumsi secara terus-menerus dapat membentuk persepsi, pola pikir, dan perilaku audiens. Oleh karena itu, tanggung jawab konten kreator menjadi sangat krusial dalam menciptakan konten yang bukan hanya menarik, tetapi juga bermanfaat dan sesuai dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat. Konten yang bertanggung jawab tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga dapat memberikan edukasi, inspirasi, dan pengaruh positif bagi audiens. Konten kreator harus memahami dampak yang dapat ditimbulkan oleh karya mereka, baik secara langsung maupun tidak langsung. Upaya untuk menjaga

---

<sup>70</sup> Hasil Wawancara Bersama Ryan Saputra Jaya selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 10 Agustus 2024

kualitas dan menyeimbangkan unsur hiburan dan edukasi dalam konten akan sangat membantu audiens untuk mendapatkan konsumsi konten yang sehat dan bermanfaat. Dengan demikian, aspek ini menjadi sangat penting untuk dipertimbangkan oleh para konten kreator dalam menghasilkan karya-karya mereka.<sup>71</sup>

Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palopo berpendapat bahwa konten digital yang berwawasan lingkungan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kepedulian masyarakat terhadap kelestarian alam. Dengan adanya konten digital, informasi mengenai isi-isu lingkungan dapat disampaikan dengan lebih mudah dan efektif melalui berbagai platform. Konten yang kreatif, interaktif dan sesuai dengan preferensi masyarakat cenderung menarik perhatian dan mendorong keterlibatan mereka. Dengan demikian, konten digital yang menarik dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan di Kota Palopo, sehingga berkontribusi pada upaya pelestarian alam secara keseluruhan. Zulfikar Arifin, S.E selaku Kepala bagian Humas Diskominfo Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Dengan adanya konten digital saat ini, kita dapat lebih mudah menyampaikan informasi kepada masyarakat. Pesan-pesan lingkungan dapat lebih efektif disampaikan dan disebarluaskan di kalangan masyarakat melalui platform digital. Konten digital yang kreatif, interaktif, dan sesuai dengan preferensi masyarakat biasanya akan menarik perhatian dan keterlibatan masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. Hal ini dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan di Kota Palopo.

Konten kreator Kota Palopo menilai bahwa komitmen terhadap *sustainability* dan *environmental harmony* sangat penting dalam proses berkarya. Mereka merasakan bahwa fokus pada kelestarian lingkungan membuka peluang untuk berkolaborasi dan mendapatkan apresiasi terhadap konten yang dihasilkan.

---

<sup>71</sup> Hasil Wawancara Bersama Nur Jannah selaku audiens dari Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 16 Agustus 2024

Mereka percaya bahwa menjaga kelestarian lingkungan sangat krusial, terutama mengingat masa depan yang tidak pasti. Dengan memaksimalkan upaya konservasi lingkungan saat ini, mereka berharap dapat menjamin keberlanjutan masa depan bagi diri mereka dan lingkungan sekitar. Dengan demikian, kesadaran akan sustainability menjadi bagian integral dari proses kreatif mereka. Noviana selaku konten kreatif Kota Palopo menjelaskan bahwa.

Saya percaya bahwa sustainability dan environmental harmony sangat penting dalam peran saya sebagai konten kreator. Komitmen ini membuka peluang untuk berkolaborasi dan mendapatkan apresiasi terhadap konten saya. Meskipun mayoritas konten saya tidak secara langsung mengajak audiens untuk menjaga alam, saya berusaha memastikan bahwa konten tersebut tidak mendorong mereka untuk merusak lingkungan.<sup>72</sup>

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo berperan penting dalam mendorong konten kreator untuk menghasilkan karya yang kreatif dan berorientasi pada kelestarian lingkungan melalui wadah edukasi mengenai keberlanjutan. Diharapkan konten yang dihasilkan tidak hanya inovatif, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat. Konten kreator berkomitmen untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dengan menjaga kebersihan lokasi dan menghindari bahan yang merusak. Audiens juga menilai pentingnya keberlanjutan dalam konten digital, karena dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku mereka. Dengan demikian, komitmen terhadap keberlanjutan dan harmoni lingkungan menjadi bagian integral dari proses kreatif konten kreator di Kota Palopo.

---

<sup>72</sup> Hasil Wawancara Bersama Noviana Sari selaku Konten Kreator Kota Palopo. Tanggal 12 Agustus 2024

## B. Pembahasan

### 1. Industri Konten Digital

#### a. Jumlah tayangan

Era digital saat ini, konten kreator berperan penting dalam membentuk opini dan preferensi audiens. Di Kota Palopo, konten kreator berusaha untuk memahami dan mengidentifikasi preferensi audiens mereka dengan cara yang strategis. Melalui wawancara dengan beberapa konten kreator Kota Palopo, terungkap bahwa mereka secara aktif memperhatikan tren yang sedang berkembang, yang memungkinkan mereka untuk menciptakan konten relevan dan menarik. Pembahasan ini akan mengeksplorasi berbagai aspek yang terkait dengan strategi konten kreator, termasuk pentingnya interaksi audiens, analisis data, dan membangun komunitas yang loyal.

Konten kreator Kota Palopo menekankan bahwa memperhatikan tren terkini adalah langkah penting dalam menarik minat audiens. Konten yang sesuai dengan tren dapat meningkatkan peluang untuk menarik perhatian dan memperluas jangkauan audiens. Hal ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Monika Paradova dengan judul "*Content Marketing Strategy and its Impact on Customers Under the Global Market Conditions*" menunjukkan bahwa konten yang relevan dengan tren pasar tidak hanya mampu menarik perhatian, tetapi juga meningkatkan tingkat keterlibatan.<sup>73</sup> Konten kreator yang mampu mengadaptasi dan mengikuti tren dengan baik cenderung lebih sukses dalam menarik audiens baru. Dalam konteks ini,

---

<sup>73</sup> Monika Paradova, "Content Marketing Strategy and Its Impact on Customers under the Global Market Conditions," ed. T. Kliestik, *SHS Web of Conferences* 74 (2020): 01027, <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207401027>.

strategi yang digunakan oleh konten kreator Kota Palopo sudah sejalan dengan pemikiran bahwa audiens lebih tertarik pada konten yang yang mencerminkan isu atau hiburan yang sedang hangat dibicarakan.

Konten kreator Kota Palopo juga aktif membangun interaksi dengan audiens. Mereka menekankan pentingnya respon cepat terhadap komentar dan masukan dari audiens. Hal ini menciptakan keterlibatan yang lebih mendalam dan memberikan rasa dihargai kepada audiens. Penelitian oleh Tianxin dan kawan-kawan dengan judul “*Customer Value and Customer Loyalty*” mendukung pentingnya interaksi ini, menunjukkan bahwa keterlibatan aktif, seperti balasan terhadap komentar dan pengakuan atas masukan, dapat meningkatkan loyalitas audiens.<sup>74</sup> Interaksi yang baik tidak hanya meningkatkan rasa keterhubungan tapi juga menciptakan komunitas yang lebih solid di sekitar konten kreator.

Adinda selaku konten kreator Kota Palopo mengungkapkan bahwa *likes* dan komentar positif menjadi indikator utama untuk menentukan konten yang paling disukai. Konten kreator Kota Palopo memanfaatkan data interaksi ini untuk menganalisis preferensi audiens. Hal tersebut didukung oleh Nima dalam penelitiannya dengan judul “*How Social Media Analytics Can Inform Content Strategies*” menunjukkan bahwa analisis data interaksi dapat membantu konten kreator dalam merencanakan konten berikutnya.<sup>75</sup> Dengan

---

<sup>74</sup> Tianxin Cai et al., “Customer Value and Customer Loyalty: Comparison and Application:” (2022 7th International Conference on Financial Innovation and Economic Development (ICFIED 2022), Zhuhai, China, 2022), <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220307.173>.

<sup>75</sup> Nima Kordzadeh and Diana K. Young, “How Social Media Analytics Can Inform Content Strategies,” *Journal of Computer Information Systems* 62, no. 1 (January 2, 2022): 128–40, <https://doi.org/10.1080/08874417.2020.1736691>.

memahami jenis konten yang mendapatkan *likes* terbanyak, mereka dapat mereka dapat memproduksi konten yang berpotensi *viral*. Ini menunjukkan bahwa konten kreator secara aktif menggunakan umpan balik dari audiens sebagai panduan untuk pengembangan konten yang lebih baik.

Membangun komunitas yang loyal adalah salah satu kunci untuk kesuksesan jangka panjang seorang konten kreator. Keterlibatan yang baik dan perhatian terhadap umpan balik audiens menciptakan rasa memiliki, yang penting untuk meningkatkan keterlibatan. Sejalan dengan penelitian Ife Kristi dengan judul “*Audience as Consumers: The Emergence of Media Audience as Gods*” menunjukkan bahwa komunitas yang terlibat secara aktif dapat meningkatkan retensi audiens dan jumlah tayangan.<sup>76</sup> Dalam wawancara, Ryan selaku konten kreator Kota Palopo menekankan, “Membangun komunitas yang loyal tidak hanya membuat saya merasa didukung, tetapi juga meningkatkan jumlah tayangan konten saya.” Ini menunjukkan bahwa konten kreator yang fokus pada komunitas mereka cenderung lebih berhasil dalam membangun audiens yang setia.

#### b. Tingkat keterlibatan

Tingkat keterlibatan audiens merupakan salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan konten yang dihasilkan oleh konten kreator. Di Kota Palopo, para konten keator menyadari bahwa keberhasilan tidak hanya diukur dari jumlah tayangan (*views*), tetapi juga dari interaksi yang terjadi, seperti komentar, likes, dan berbagi konten. Melalui wawancara dengan

---

<sup>76</sup> “Audience as Consumers: The Emergence of Media Audience as Gods,” *International Journal of Humanities, Social Sciences and Education* 7, no. 7 (2020), <https://doi.org/10.20431/2349-0381.0707010>.

konten konten kreator Kota Palopo, terungkap bahwa mereka secara aktif membangun hubungan yang erat dengan audiens mereka. Pembahasan ini akan menguraikan secara mendetail bagaimana konten kreator di Kota Palopo membangun keterlibatan dengan audiens mereka, serta dampaknya terhadap proses kreatif dan hubungan antara konten kreator dan audiens.

Keterlibatan audiens mencerminkan seberapa besar audiens berinteraksi dengan konten yang dihasilkan. Dalam wawancara, konten kreator Kota Palopo mengemukakan bahwa jenis interaksi yang paling banyak diterima adalah *likes*. Data ini sangat penting karena membantu konten kreator untuk mengidentifikasi konten yang berpotensi viral. Penelitian yang dilakukan oleh Mariapina dan kawan-kawan yang berjudul “*Conceptual and measuring social media engagement: A systematic literature review*” menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan yang tinggi termasuk jumlah *likes*, komentar dan berbagi berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan konten di media sosial.<sup>77</sup> Konten yang memperoleh banyak interaksi cenderung memiliki jangkauan yang lebih luas dan mampu menarik perhatian audiens baru.

Keterlibatan audiens juga dapat meningkatkan algoritma platform media sosial yang digunakan oleh konten kreator. Sebagian besar platform, seperti *Instagram* dan *TikTok*, menggunakan algoritma yang lebih memprioritaskan konten yang memiliki tingkat interaksi tinggi. Hal ini berarti bahwa konten dengan banyak *likes* dan komentar lebih mungkin muncul di

---

<sup>77</sup> Mariapina Trunfio and Simona Rossi, “Conceptualising and Measuring Social Media Engagement: A Systematic Literature Review,” *Italian Journal of Marketing* 2021, no. 3 (September 2021): 267–92, <https://doi.org/10.1007/s43039-021-00035-8>.

*feed* pengguna lainnya, yang berpotensi menarik audiens baru. Dengan demikian, keterlibatan audiens tidak hanya penting untuk pengukuran keberhasilan individual konten, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang terhadap visibilitas konten di platform media sosial.

Selain keterlibatan rutin, konten kreator Kota Palopo juga mengharapkan audiens memberikan dukungan dalam kolaborasi dengan merek tertentu. Dukungan aktif dari audiens, baik dalam bentuk interaksi maupun partisipasi dalam kampanye kolaborasi, sangat penting untuk menciptakan hubungan yang lebih kuat. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Liu dengan judul “*The impact of influencer marketing on brand engagement: A conceptual framework*” menunjukkan bahwa kolaborasi antar konten kreator dan merek dapat meningkatkan keterlibatan,<sup>78</sup> namun keberhasilan tersebut sangat bergantung pada dukungan dan respons yang diberikan oleh audiens. Konten kreator yang mampu memicu partisipasi audiens dalam kolaborasi cenderung lebih berhasil dalam mencapai tujuan mereka.

### c. Tingkat konversi

Konten kreator Kota Palopo sangat memperhatikan dan menghargai setiap tindakan yang dilakukan oleh audiens terhadap konten mereka. Segala bentuk interaksi dan umpan balik dari audiens dianggap sebagai informasi berharga untuk mengembangkan strategi konten yang lebih baik. Dalam pembahasan ini, akan diuraikan bagaimana konten kreator di Palopo

---

<sup>78</sup> Siti Liu, “The Impact of Influencer Marketing on Brand Engagement: A Conceptual Framework.” (2021 4th International Conference on Humanities Education and Social Sciences (ICHESS 2021), Xishuangbanna, China, 2021), <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211220.383>.

mengelola tingkat konversi dan faktor-faktor yang mempengaruhi konversi tersebut berdasarkan wawancara dengan konten kreator.

Menurut konten kreator Kota Palopo, beberapa faktor utama yang mempengaruhi tingkat konversi audiens mereka adalah kualitas konten yang menarik, informatif dan relevan dengan kebutuhan audiens. Penelitian oleh Jonah Berger dan kawan-kawan yang berjudul “*What holds attention? Linguistic drivers of engagement*” mengonfirmasi bahwa konten berkualitas tinggi, yang sesuai dengan kebutuhan audiens, dapat meningkatkan tingkat konversi secara signifikan.<sup>79</sup> Konten yang menarik tidak hanya menarik perhatian audiens, tapi juga meyakinkan mereka untuk melakukan tindakan lebih lanjut, seperti pembelian atau pendaftaran

Tingkat konversi juga menjadi perhatian utama bagi bagi konten kreator dalam membangun hubungan dengan audiens. Setiap tindakan yang dilakukan oleh audiens, baik berupa umpan balik, likes, maupun tingkat komersial seperti pembelian, dihargai sebagai informasi berharga. Mereka menekankan pentingnya kualitas konten yang menarik, informatif, dan relevan yang berperan signifikan dalam meningkatkan tingkat konversi. Dengan terus menyajikan konten yang bernilai dan membangun interaksi yang baik, para konten kreator tidak hanya berupaya menarik perhatian audiens, tetapi juga membangun kepercayaan yang kuat. Penelitian oleh Amy dan kawan-kawan dengan judul “*The effect of social media marketing functionalities on consumer decision-making: the moderating role of trust and*

---

<sup>79</sup> Jonah Berger, Wendy W. Moe, and David A. Schweidel, “What Holds Attention? Linguistic Drivers of Engagement,” *Journal of Marketing* 87, no. 5 (September 2023): 793–809, <https://doi.org/10.1177/00222429231152880>.

*emotional intelligence*” menunjukkan bahwa kepercayaan adalah faktor kunci dalam keputusan pembelian audiens, dan konten yang berkualitas dapat membantu membangun kepercayaan tersebut.<sup>80</sup>

Keterlibatan audiens juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan tingkat konversi. Konten kreator Palopo menyatakan bahwa semakin tinggi interaksi audiens, semakin besar peluang konversi yang dapat dicapai. Penelitian oleh Xiaoli dan kawan-kawan yang berjudul “*The influence of interpersonal interaction on consumers’ purchase intention under e-commerce live broadcasting mode: the moderating role of presence*” menunjukkan bahwa interaksi yang baik antara konten kreator dan audiens dapat berkontribusi pada peningkatan kepercayaan audiens, yang pada gilirannya berpengaruh positif terhadap konversi.<sup>81</sup> Dengan membangun hubungan yang erat dengan audiens, konten kreator dapat menciptakan lingkungan di mana audiens merasa nyaman untuk mengambil tindakan, seperti melakukan pembelian.

#### d. Tingkat retensi

Tingkat retensi audiens merupakan salah satu aspek krusial dalam keberlangsungan dan kesuksesan bisnis konten kreator, khususnya di Kota

---

<sup>80</sup> Amy Yeo Chu May, Ling Wei Hong, and Jeffton Low Boon Tiong, “The Effects Of Social Media Marketing Functionalities On Consumer Decision-Making: The Moderating Role Of Trust And Emotional Intelligence,” *International Journal of Application on Economics and Business* 1, no. 2 (August 6, 2023): 627–41, <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i2.627-641>.

<sup>81</sup> Xiaoli Ma, Junna Jin, and Yunrun Liu, “The Influence of Interpersonal Interaction on Consumers’ Purchase Intention under e-Commerce Live Broadcasting Mode: The Moderating Role of Presence,” *Frontiers in Psychology* 14 (February 16, 2023): 1097768, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1097768>.

Palopo. Konten kreator menyadari bahwa mempertahankan perhatian dan minat audiens dalam jangka panjang merupakan tantangan yang signifikan.

Dalam konteks ini, retensi bukan hanya sekedar mempertahankan jumlah pengikut, tetapi juga menciptakan hubungan yang kuat dan berkelanjutan dengan audiens. Pembahasan ini akan menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat retensi audiens berdasarkan wawancara dengan konten kreator dan bagaimana mereka mengelola interaksi serta kualitas konten untuk membangun loyalitas audiens.

Konten kreator Kota Palopo mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang mempengaruhi tingkat retensi audiens, diantaranya adalah kualitas konten, kreativitas, dan konsistensi.

#### 1) Kualitas konten

Kualitas konten adalah elemen fundamental dalam mempertahankan minat audiens. Penelitian oleh Desi Yunita dan kawan-kawan dengan judul “The effect of social media users behavior on customer engagement” menunjukkan bahwa konten berkualitas tinggi tidak hanya mampu menarik perhatian, tetapi juga membangun kepercayaan di antara audiens.<sup>82</sup> Konten yang informatif dan relevan dengan kebutuhan audiens sangat penting untuk menciptakan pengalaman positif yang mendorong mereka untuk kembali

#### 2) Kreatifitas dalam penyajian

---

<sup>82</sup> Dessy Yunita, Welly Nailis, and Ahmad Nazaruddin, “The Effect of Social Media Users Behavior on Customer Engagement,” in *Proceedings of the 5th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2019)* (5th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2019), Palembang, Indonesia: Atlantis Prss, 2020), <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200520.009>.

Kreativitas dalam penyajian konten juga menjadi faktor penting dalam menjaga retensi audiens. Konten kreator yang mampu menghadirkan ide-ide segar dan unik berpotensi lebih berhasil dalam mempertahankan perhatian audiens. Noor Hassan dalam penelitiannya yang berjudul “*Organizational culture influences on creativity and innovation: a review*” menegaskan bahwa kreativitas dalam konten dapat menarik audiens dan meningkatkan tingkat keterlibatan, yang berujung pada peningkatan retensi.<sup>83</sup> Dengan menyajikan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual dan auditori, konten kreator dapat menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi audiens.

### 3) Konsistensi dalam penyajian konten

Konsistensi adalah elemen lain yang tidak kalah penting dalam menjaga retensi audiens. Konten kreator Kota Palopo menekankan bahwa audiens akan lebih cenderung mengikuti jika mereka mengetahui kapan dan apa yang akan disajikan. Penelitian oleh Norita Ahmad dan Aziman Abdullah dengan judul “*Web engagement strategies in business, government and education sector: review*” menunjukkan bahwa konsistensi dalam jadwal postingan dapat membantu membangun ekspektasi di kalangan audiens.<sup>84</sup> Ketika audiens mengetahui bahwa

---

<sup>83</sup> Noor Hassan, Jaehoon Rhee, and Alisher Dedahanov, “Organizational Culture Influences on Creativity and Innovation: A Review,” *Global Political Review* IV, no. II (June 30, 2019): 33–45, [https://doi.org/10.31703/gpr.2019\(IV-II\).04](https://doi.org/10.31703/gpr.2019(IV-II).04).

<sup>84</sup> Kolej Komuniti Paya Besar, Jalan Maran-Gambang, 26600 Gambang, Pahang, Malaysia. et al., “Web Engagement Strategies In Business, Government And Education Sector: Review,” *International Journal of Software Engineering and Computer Systems* 7, no. 1 (February 28, 2021): 12–23, <https://doi.org/10.15282/ijsecs.7.1.2021.2.0078>.

mereka dapat mengandalkan konten yang disajikan secara teratur, mereka akan lebih cenderung untuk tetap terlibat dan tidak kehilangan minat.

Konten kreator Kota Palopo harus menerapkan strategi yang efektif untuk meningkatkan retensi audiens. Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah dengan secara rutin melakukan survei atau polling untuk memahami preferensi dan kebutuhan audiens. Ini akan memberikan wawasan berharga mengenai konten yang diinginkan oleh audiens. Keberhasilan dalam mempertahankan audiens juga sangat bergantung pada kemampuan konten kreator untuk beradaptasi dengan perubahan tren dan kebutuhan audiens.

e. ROI

Konten kreator Kota Palopo menegaskan bahwa membangun audiens yang setia bukan hanya sekedar strategi bisnis, melainkan merupakan prioritas utama dalam menjalankan usaha konten. Audiens yang loyal merupakan aset berharga yang dapat memastikan bahwa investasi yang dilakukan dalam pembuatan konten akan menghasilkan dampak optimal. Dengan memiliki audiens yang setia, para konten kreator dapat memastikan bahwa mereka terus terlibat dengan konten yang disajikan, yang pada gilirannya akan meningkatkan potensi pendapatan yang dapat diperoleh.

Dalam konteks ini, penelitian oleh Basrowi dan kawan-kawan dengan judul "*The customer loyalty research trends: bibliometri analysis*" menyatakan bahwa loyalitas pelanggan secara signifikan berkontribusi pada profitabilitas

bisnis.<sup>85</sup> Hal ini menunjukkan bahwa audiens yang loyal tidak hanya meningkatkan pendapatan melalui interaksi yang berkelanjutan tetapi juga menciptakan peluang untuk menjalin kerjasama dengan berbagai *brand* dan sponsor.

ROI tertinggi sering kali melibatkan elemen kreativitas dan relevansi, terutama yang berkaitan dengan isu-isu sosial yang penting. Konten yang relevan tidak hanya menarik perhatian audiens, tetapi juga menciptakan keterlibatan yang lebih tinggi. Sebaliknya, konten yang tidak sesuai dengan minat atau kebutuhan audiens cenderung memiliki ROI yang rendah, yang berpotensi merugikan keberlangsungan bisnis.

Penelitian oleh Jacob dan Johnson dengan judul “*Conceptualising digital content marketing for greater consumer brand engagement*” mengungkapkan bahwa konten yang relevan dan menarik dapat meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat loyalitas mereka.<sup>86</sup> Oleh karena itu konten kreator Kota Palopo menyadari pentingnya melakukan riset mendalam terhadap audiens untuk menyusun strategi yang tepat. Dengan memahami preferensi dan kebutuhan audiens, mereka dapat menciptakan konten yang memberikan nilai tambah dan dampak positif, yang pada akhirnya akan mendorong pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

---

<sup>85</sup> basrowi Basrowi, Juhary Haji Ali, And Tulus Suyanto, “The Customer Loyalty Research Trends: Bibliometry Analysis,” *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)* 2, no. 1 (October 31, 2022): 1–14, <https://doi.org/10.46306/ncabet.v2i1.60>.

<sup>86</sup> Mishel Elizabeth Jacob and Johnney Johnson, “Conceptualising Digital Content Marketing for Greater Consumer Brand Engagement,” *Colombo Business Journal* 12, no. 2 (December 31, 2021): 80–102, <https://doi.org/10.4038/cbj.v12i2.83>.

Konten kreator Kota Palopo, melalui pendekatan yang terencana dan sistematis, fokus pada pembangunan dan pemeliharaan basis audiens yang loyal sebagai strategi utama untuk memastikan keberlanjutan dan profitabilitas dalam jangka panjang. Pemahaman yang mendalam mengenai preferensi dan kebutuhan audiens memungkinkan mereka untuk menciptakan konten yang relevan, menarik, dan berdampak positif. Upaya untuk menghasilkan konten yang berkualitas tinggi, yang menggabungkan elemen edukasi dan hiburan, tidak hanya meningkatkan keterlibatan audiens tetapi juga mendorong loyalitas yang saling menguntungkan.

f. Tingkat pemberian nilai

Tingkat pemberian nilai dalam konten digital menjadi aspek krusial bagi konten kreator. Konten kreator mendefinisikan “nilai” dari konten mereka sebagai kemampuan untuk memberikan manfaat yang signifikan dan relevan bagi kehidupan sehari-hari audiens. Nilai konten diukur dari seberapa efektif konten tersebut dalam memenuhi kebutuhan, menghibur, menginspirasi, serta memberikan informasi berharga kepada audiens. Penelitian oleh Makoto Kimura dengan judul “*Customer segment transition through the customer loyalty program*” menunjukkan bahwa konten yang memberikan nilai bagi audiens cenderung lebih berhasil dalam mempertahankan perhatian dan membangun loyalitas.<sup>87</sup> Konten yang memenuhi kebutuhan emosional dan informasional audiens dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat antara konten kreator dan audiens

---

<sup>87</sup> Makoto Kimura, “Customer Segment Transition through the Customer Loyalty Program,” *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 34, no. 3 (February 14, 2022): 611–26, <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2020-0630>.

Konten kreator Kota Palopo menerapkan berbagai strategi untuk meningkatkan nilai konten mereka dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri konten digital. Mereka menekankan pentingnya melakukan riset dan analisis terkait kebutuhan, preferensi serta tren audiens. Riset ini memungkinkan konten kreator untuk memahami apa yang diinginkan audiens, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Sejalan dengan itu, Jordan dan Adam dalam penelitiannya yang berjudul “Promoting the faith: examining megachurches’ audience-centric advertising strategies on social media” menjelaskan bahwa pemahaman yang mendalam tentang audiens dapat meningkatkan efektivitas konten dan relevansinya.<sup>88</sup>

Tingginya nilai konten yang diberikan berkontribusi pada terbentuknya loyalitas audiens. Konten kreator yang mampu memberikan manfaat nyata kepada audiens tidak hanya akan mempertahankan pengikut yang ada, tetapi juga berpotensi menarik audiens baru. Konten kreator Palopo sepakat bahwa loyalitas audiens merupakan hasil dari pengalaman positif yang diberikan melalui konten yang berkualitas dan relevan. Penelitian oleh Lubna Luxmi yang berjudul “*Ethnicall minded consumer behaviour, retailers’ commitment to sustainable devolopment, and store equity in hypermarkets*” menunjukkan bahwa audiens yang merasa mendapatkan nilai dari konten cenderung lebih setia dan terlibat, yang pada gilirannya berdampak positif pada

---

<sup>88</sup> Jordan Morehouse and Adam J. Saffer, “Promoting the Faith: Examining Megachurches’ Audience-Centric Advertising Strategies on Social Media,” *Journal of Advertising* 50, no. 4 (August 8, 2021): 408–22, <https://doi.org/10.1080/00913367.2021.1939202>.

pertumbuhan jangka panjang konten kreator.<sup>89</sup> Hal ini menunjukkan bahwa pemberian nilai yang tinggi melalui konten tidak hanya mempengaruhi hubungan jangka pendek, tetapi juga membangun fondasi yang kuat untuk keberlanjutan bisnis

g. Tingkat dampak branding

Konten kreator di Kota Palopo menghadapi tantangan dan peluang untuk membangun kesadaran merek serta citra positif melalui konten yang dihasilkan. Sebagai individu yang berperan sebagai penghubung antara merek dan audiens, konten kreator memiliki tanggung jawab untuk merancang konten yang tidak hanya menarik tetapi juga mencerminkan identitas, nilai, dan kepribadian merek yang diwakili. Peningkatan kesadaran merek dan penciptaan citra positif merupakan aspek penting dalam strategi pemasaran yang efektif, yang dapat berdampak langsung pada loyalitas audiens dan keberlanjutan bisnis.

Konten kreator Kota Palopo menjelaskan bahwa dalam merancang sebuah konten, penting untuk memastikan bahwa konten tersebut secara konsisten merefleksikan identitas, nilai dan kepribadian dari merek yang diwakili. Dalam konteks ini, pemahaman yang mendalam mengenai merek sangat diperlukan agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Menurut Wydyanto dalam penelitiannya yang berjudul *“Determination of trust and purchase decisions: analysis of brand image and price (Marketing management literature review)”* kesadaran merek yang

---

<sup>89</sup> Lubna Luxmi Dhirani et al., “Ethical Dilemmas and Privacy Issues in Emerging Technologies: A Review,” *Sensors* 23, no. 3 (January 19, 2023): 1151, <https://doi.org/10.3390/s23031151>.

tinggi berkontribusi pada persepsi positif terhadap merek, ini merupakan langkah awal yang penting dalam strategi branding yang sukses.<sup>90</sup> Dengan kata lain, konten yang dihasilkan harus mampu menciptakan pengenalan yang kuat terhadap merek di benak audiens.

Konten kreator Kota Palopo menerapkan berbagai strategi dalam merancang konten yang dapat meningkatkan kesadaran dan citra positif merek. Salah satu strategi utama yang diadopsi adalah penyesuaian konten dengan identitas merek, sambil tetap mempertahankan ciri khas individu sebagai konten kreator. Hal ini dapat menciptakan keseimbangan antara identitas merek dan gaya penyampaian pribadi, yang menurut Alice dalam penelitiannya “*Authenticity under threat: when social media influencers need to go beyond self-presentation*” merupakan elem krusial dalam menciptakan dampak yang signifikan dalam branding.<sup>91</sup>

Konsistensi dalam penyampaian pesan adalah hal yang tak kalah penting dalam proses branding. Konten kreator memastikan bahwa setiap elemen dalam konten, mulai dari visual, narasi, hingga nada yang digunakan, mencerminkan nilai-nilai merek yang diwakili. Penelitian oleh Marcellina dan kawan-kawan yang berjudul “*Branding and online cataloging of CV. Galaxy Stone*” menunjukkan bahwa konsistensi dalam pesan merek dapat memperkuat citra merek di benak audiens, sehingga meningkatkan

---

<sup>90</sup> Wydyanto Wydyanto and Ridho Rafqi Ilhamalimy, “Determination Of Trust And Purchase Decisions: Analysis Of Brand Image And Price (Marketing Management Literature Review),” *Dinasti International Journal of Management Science* 2, no. 3 (February 15, 2021): 506–16, <https://doi.org/10.31933/dijms.v2i3.745>.

<sup>91</sup> Alice Audrezet, Gwarlann De Kerviler, and Julie Guidry Moulard, “Authenticity under Threat: When Social Media Influencers Need to Go beyond Self-Presentation,” *Journal of Business Research* 117 (September 2020): 557–69, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.008>.

pengenalan dan kepercayaan terhadap merek tersebut.<sup>92</sup> Dalam konteks ini, konten yang dihasilkan tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk membangun hubungan jangka panjang dengan audiens.

Penciptaan konten yang menarik dan autentik juga menjadi perhatian utama bagi konten kreator Kota Palopo, mereka menekankan pentingnya menciptakan konten yang tidak hanya unik, tetapi juga dapat membangun koneksi emosional dengan audiens. Prashant dalam penelitiannya yang berjudul “*Managing and shaping brand associations to ensure positive alignment with “brand image”: narrative synthesis*” menyatakan bahwa konten yang mampu menghubungkan emosi audiens dengan merek akan lebih berhasil dalam membangun loyalitas dan citra positif.<sup>93</sup> Dengan demikian, konten kreator perlu berfokus pada aspek kreatif dalam proses pembuatan konten sambil tetap memperhatikan tujuan branding. Konten yang autentik dapat menarik perhatian audiens dan menciptakan rasa keterikatan yang lebih dalam terhadap merek.

Konten kreator Kota Palopo juga berupaya memperluas jaringan kolaborasi dengan pihak lain, baik dengan sesama konten kreator maupun merek. Melalui kolaborasi, mereka dapat menciptakan konten yang lebih bervariasi dan menarik, sekaligus meningkatkan jangkauan audiens. Penelitian oleh Ryan Scharm yang berjudul “*The state of the creator*

---

<sup>92</sup> Marcellina Carissa Santosa, Aristarchus Pranayama, and Ryan P. Sutanto, “Branding and Online Cataloging of CV. Galaxy Stone,” *Kata* 25, no. 00 (March 20, 2023): 81–87, <https://doi.org/10.9744/kata.25.00.81-87>.

<sup>93</sup> Prashant Kumar Choudhary and Dr. Krishna Kant Sahu, “Managing and Shaping Brand Associations to Ensure Positive Alignment with ‘Brand Image’: Narrative Synthesis,” *International Journal of Physical Education, Sports and Health* 10, no. 3 (May 1, 2023): 112–17, <https://doi.org/10.22271/kheljournal.2023.v10.i3b.2935>.

*economy*” menyoroti bahwa kolaborasi strategis dapat memberikan nilai tambah bagi semua pihak yang terlibat, serta memperkuat posisi konten kreator di pasar.<sup>94</sup> Dengan melakukan kolaborasi, konten kreator tidak hanya memperluas audiens tetapi juga mengintegrasikan berbagai perspektif yang memperkaya konten yang dihasilkan.

Melalui pendekatan yang terencana dan konsisten, konten kreator di Kota Palopo dapat meningkatkan kesadaran merek dan membangun citra positif yang kuat di benak audiens. Ketika konten yang dihasilkan mampu menciptakan dampak positif, audiens akan lebih cenderung untuk mengenali dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Penelitian oleh Yanping Gong dan kawan-kawan dengan judul “*How sustainable marketing influences the customer engagement and sustainable purchase intention? The moderating role of corporate social responsibility*” menunjukkan bahwa citra merek yang positif berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya mendukung keberlangsungan dan kesuksesan bisnis.<sup>95</sup> Dengan demikian, konten kreator berperan penting dalam menciptakan persepsi yang baik terhadap merek, yang dapat berpengaruh pada keputusan pembelian audiens.

## **2. Society 5.0**

### **a. Pemecahan masalah dan penciptaan nilai**

---

<sup>94</sup> Ryan Schram, “The State of the Creator Economy,” *Journal of Brand Strategy* 9, no. 2 (September 1, 2020): 152, <https://doi.org/10.69554/UPNR6543>.

<sup>95</sup> Yanping Gong et al., “How Sustainable Marketing Influences the Customer Engagement and Sustainable Purchase Intention? The Moderating Role of Corporate Social Responsibility,” *Frontiers in Psychology* 14 (March 15, 2023): 1128686, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1128686>.

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk cara masyarakat berkomunikasi dan mengakses informasi. Di Kota Palopo, industri konten digital telah muncul sebagai salah satu sektor yang menjanjikan, didorong oleh meningkatnya penggunaan media sosial dan *platform* digital lainnya, dalam konteks ini, Dinas Kominfo Kota Palopo berupaya meningkatkan literasi digital masyarakat sebagai langkah awal untuk memanfaatkan potensi teknologi secara optima. Namun, perhatian terhadap pengembangan konten kreator lokal masih tergolong minim, meskipun mereka berperan penting dalam menciptakan konten yang informatif dan relevan bagi masyarakat. Pembahasan ini bertujuan untuk mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh konten kreator di Kota Palopo, serta strategi yang dapat diterapkan oleh Diskominfo dan konten kreator untuk menciptakan nilai yang signifikan bagi audiens.

Fokus utama Diskominfo Kota Palopo saat ini adalah literasi digital masyarakat. Kegiatan yang dilakukan mencakup edukasi mengenai etika dalam bermedia sosial dan penyampaian terkait program-program pemerintah. Meskipun upaya ini penting, perhatian yang lebih mendalam terhadap pengembangan konten kreator lokal masih sangat diperlukan. Hal ini menciptakan tantangan bagi pelaku industri konten digital yang memerlukan dukungan untuk mengoptimalkan potensinya.

Menurut penelitian oleh Yutong Liu dan kawan-kawan yang berjudul "*An intelligent digital media asset management model based on*

*business ecosystem*” pemahaman yang mendalam mengenai kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku industri konten digital sangat penting untuk merancang program pengembangan yang lebih tepat sasaran.<sup>96</sup> Diskominfo Kota Palopo perlu membuka ruang komunikasi yang lebih intensif dengan konten kreator agar dapat mendengarkan aspirasi dan permasalahan yang mereka hadapi. Dengan memahami tantangan yang dihadapi, Diskominfo dapat merumuskan inisiatif yang lebih relevan dan mendukung pertumbuhan ekosistem konten digital di Kota Palopo.

Diskominfo Kota Palopo perlu memperluas fokusnya dari sekedar peningkatan literasi digital masyarakat menjadi dukungan yang lebih signifikan terhadap pengembangan konten kreator lokal. Meskipun Diskominfo telah melaksanakan berbagai upaya edukasi terkait etika pemanfaatan media sosial dan informasi program pemerintah, perhatian yang lebih mendalam terhadap kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh konten kreator masih sangat diperlukan. Hal ini dibenarkan dalam Penelitian Bernhard dan kawan-kawan yang berjudul “*Making a living in the creator economy: a large-scale study of linking on YouTube*” menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemerintah dan konten kreator

---

<sup>96</sup> Yutong Liu and Peiyi Song, “An Intelligent Digital Media Asset Management Model Based on Business Ecosystem,” ed. Dalin Zhang, *Computational Intelligence and Neuroscience* 2022 (May 13, 2022): 1–14, <https://doi.org/10.1155/2022/1190538>.

dapat menciptakan ekosistem digital yang lebih dinamis dan berkelanjutan.<sup>97</sup>

b. Keberagaman

Keberagaman menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan industri konten digital. Keberagaman tidak hanya mencakup variasi dalam isi konten, tetapi juga meliputi representasi berbagai kelompok masyarakat, ide, serta perspektif yang berbeda. Diskominfo Kota Palopo menyadari bahwa menjunjung prinsip keberagaman dalam membangun industri konten digital sangatlah krusial. Keberagaman dianggap mampu menciptakan ruang bagi berbagai perspektif ide, dan kreativitas yang dapat memperkaya konten yang dihasilkan. Dalam konteks ini, Diskominfo berkomitmen untuk mendukung partisipasi masyarakat dari berbagai latar agar konten yang dihasilkan lebih representatif dan relevan dengan kebutuhan audiens.

Kepala Bagian Humas Diskominfo Kota Palopo menjelaskan bahwa keberagaman mencerminkan kekayaan budaya lokal yang ada di masyarakat. Konten yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga mengandung nilai-nilai tradisi yang melekat dalam kehidupan sehari-hari. Sejalan dengan penelitian Siyao Chen yang berjudul "*The influence of social media platform on self-identity in the new media environment: The case of TikTok and Instagram*" menjelaskan bahwa keberagaman dalam konteks digital dapat membantu membangun

---

<sup>97</sup> Bernhard Rieder et al., "Making a Living in the Creator Economy: A Large-Scale Study of Linking on YouTube," *Social Media + Society* 9, no. 2 (April 2023): 20563051231180628, <https://doi.org/10.1177/20563051231180628>.

identitas yang kuat dan unik, sehingga menarik perhatian audiens yang lebih luas.<sup>98</sup> Dengan keberagaman, diharapkan munculnya berbagai perspektif dan ide kreatif yang dapat memperkaya narasi dalam konten menjadikannya relevan dan menarik bagi berbagai kalangan.

Keberagaman juga berperan penting dalam meningkatkan inovasi dan daya saing industri konten digital. Hal ini sejalan dengan temuan Graham Jones dan kawan-kawan melalui penelitian yang berjudul “*Cultural diversity drives innovation: empowering teams for success*” kolaborasi antar individu dari latar belakang yang berbeda dapat menghasilkan ide-ide baru yang segar dan inovatif.<sup>99</sup> Hal ini penting dalam konteks persaingan yang semakin ketat di dunia digital, di mana konten yang menarik dan unik sangat dibutuhkan untuk menarik perhatian audiens.

Meskipun keberagaman memiliki peran yang penting, konten kreator di Kota Palopo mengakui bahwa mereka belum sepenuhnya memperhatikan aspek representasi audiens yang beragam. Sebagian besar konten yang mereka hasilkan bergantung pada permintaan mitra bisnis, sehingga aspek keberagaman sering kali terabaikan. Konten kreator Kota Palopo menyatakan meskipun mereka memperhatikan umpan balik dari audiens, kolaborasi dengan individu dari latar belakang yang berbeda

---

<sup>98</sup> Siyao Chen, “The Influence of Social Media Platforms on Self-Identity In the New Media Environment: The Case of TikTok and Instagram,” ed. M.T. Vahid and C.C.E. Lee, *SHS Web of Conferences* 165 (2023): 01020, <https://doi.org/10.1051/shsconf/202316501020>.

<sup>99</sup> Graham Jones, Bernardita Chirino Chace, and Justin Wright, “Cultural Diversity Drives Innovation: Empowering Teams for Success,” *International Journal of Innovation Science* 12, no. 3 (September 23, 2020): 323–43, <https://doi.org/10.1108/IJIS-04-2020-0042>.

masih terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat kesadaran akan pentingnya keberagaman, pelaksanaannya dalam praktik sehari-hari masih perlu ditingkatkan.

Diskominfo Kota Palopo menyadari adanya tantangan dalam mengembangkan industri konten digital di daerah. Beberapa hambatan yang dihadapi meliputi keterbatasan infrastruktur digital, kesenjangan keterampilan digital dikalangan masyarakat, serta kurangnya kesadaran dan motivasi masyarakat terhadap peluang untuk menjadi konten kreator. Oleh karenanya Diskominfo menegaskan bahwa untuk mengatasi hal tersebut, Diskominfo berkomitmen untuk meningkatkan infrastruktur digital serta menyelenggarakan pelatihan keterampilan digital. Hal ini sejalan dengan temuan Debra dalam penelitiannya "*Human development through the lens of digital literacy*" menyatakan bahwa pelatihan keterampilan digital sangat diperlukan untuk meningkatkan kemampuan individu dalam menciptakan konten yang berkualitas dan beragam.<sup>100</sup> Dengan adanya pelatihan, diharapkan masyarakat dapat memahami dan memanfaatkan teknologidigital secara lebih efektif dalam proses produksi konten.

Masyarakat Kota Palopo sebagai audiens memberikan pandangan kepada pelaku konten kreator untuk memperbanya kolaborasi dengan konten kreator dari daerah lain. Kolaborasi antar konten kreator ini dapat memberikan perspektif dan pendekatan yang lebih beragam, sehingga

---

<sup>100</sup> Debra Toria Nipo et al., "Human Development through the Lens of Digital Literacy," *Business and Economic Research* 10, no. 3 (July 24, 2020): 203, <https://doi.org/10.5296/ber.v10i3.17183>.

konten yang dihasilkan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian oleh Nguyen yang berjudul “*The impact of ICTs on collaborative learning: A literatur review*” mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa kolaborasi dapat memperkaya konten dan membuka peluang untuk berbagi pengetahuan serta pengalaman.<sup>101</sup>

c. Desentralisasi

Desentralisasi dalam konteks industri konten digital menawarkan peluang yang signifikan untuk mendorong kreativitas serta inovasi lokal. Diskominfo menjelaskan bahwa desentralisasi membuka peluang bagi kreativitas lokal untuk berkembang. Dengan adanya desentralisasi, para konten kreator di KoTA Palopo memiliki kesempatan untuk menghasilkan konten yang lebih bervariasi dan sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan audiens. Hal ini sejalan dengan temuan Helena dengan judul “*Innovations in the creative industry entities*” menyatakan bahwa desentralisasi dalam industri kreatif dapat meningkatkan inovasi dan keberagaman, serta memberikan ruang bagi pelaku lokal untuk mengekspresikan identitas budaya mereka.<sup>102</sup>

Konten kreator Kota Palopo merasakan manfaat dari banyaknya platform media sosial yang tersedia, seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook*. Mereka mengungkapkan bahwa kehadiran berbagai platform

---

<sup>101</sup> Nguyen Tan Hung, “The Impact of ICTs on Collaborative Learning: A Literature Review,” *Innovations in Information and Communication Technology Series*, February 28, 2021, 46–52, [https://doi.org/10.46532/978-81-950008-7-6\\_004](https://doi.org/10.46532/978-81-950008-7-6_004).

<sup>102</sup> Helena Majdúchová and Mária Kmety Barteková, “Innovations in the Creative Industry Entities,” ed. T. Kliestik, *SHS Web of Conferences* 74 (2020): 02009, <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207402009>.

tersebut memungkinkan mereka untuk berkreasi dan mengeksplorasi peluang baru dalam produksi konten. Penelitian oleh Gracie menunjukkan bahwa fleksibilitas dalam beradaptasi dengan karakteristik setiap platform dapat memberikan banyak peluang bagi kreator untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Manfaat positif dari desentralisasi ini tidak hanya dirasakan oleh konten kreator tapi juga audiens, mereka menyatakan bahwa dengan adanya desentralisasi ini mereka memiliki lebih banyak pilihan konten yang beragam. Desentralisasi memberikan kesempatan bagi konten kreator dari berbagai daerah untuk memproduksi dan menyajikan konten secara langsung kepada audiens. Hal ini memberikan akses yang lebih luas kepada konsumen terhadap konten-konten yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan masing-masing. Penelitian oleh Johnson menunjukkan bahwa akses terhadap konten yang beragam dapat meningkatkan kepuasan audiens dan memperkaya pengalaman mereka dalam mengonsumsi media.

Desentralisasi juga menghadirkan sejumlah tantangan dalam pengembangan industri konten digital di Kota Palopo. Tantangan yang dihadapi berupa keterbatasan infrastruktur, kapasitas dan keterampilan konten kreator, serta akses permodalan. Diskominfo mengemukakan bahwa tantangan ini perlu diatasi untuk memastikan pengembangan industri konten digital yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jan Von yang berjudul *“Performance analysis of decentralized physical infrastructure network and centralized*

*clouds*” menunjukkan bahwa tanpa infrastruktur yang memadai, potensi desentralisasi tidak dapat direalisasikan secara optimal.<sup>103</sup> Konten kreator di Kota Palopo juga menghadapi kendala dalam akses sumber daya digital untuk produksi seperti keterbatasan kemampuan editing dan aplikasi yang tersedia editing berkualitas yang memerlukan biaya langganan yang tinggi, sehingga membebani para kreator khususnya kreator pemula. Pernyataan tersebut dibenarkan oleh Hung le dalam penelitiannya yang berjudul “*Real-Time assessment in education quality management support from digital teaching platform*” menegaskan bahwa pelatihan dan akses terhadap alat produksi yang memadai sangat penting untuk meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan.<sup>104</sup>

Diskominfo Kota Palopo berencana untuk menerapkan strategi komprehensif dalam rangka mengatasi kendala-kendala yang dihadapi dimana strategi ini akan melibatkan seluruh pemangku kepentingan untuk memastikan pengembangan industri konten digital di Kota Palopo berjalan dengan efektif. Sejalan dengan penelitian Jiayi dengan judul “*The current situation and future trend of the platform economy*” menunjukkan bahwa kolaborasi antara pemerintah, konten kreator dan platform distribusi

---

<sup>103</sup> Jan von der Assen et al., “Performance Analysis of Decentralized Physical Infrastructure Networks and Centralized Clouds” (arXiv, 2024), <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2404.08306>.

<sup>104</sup> Hung Le Thai and Tran Thi Thu Huong, “Real-Time Assessment in Education Quality Management Support from Digital Teaching Platform,” in *Proceedings of the 3rd International Conference on Research of Educational Administration and Management (ICREAM 2019)* (Proceedings of the 3rd International Conference on Research of Educational Administration and Management (ICREAM 2019), Bandung, Indonesia: Atlantis Press, 2020), <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200130.144>.

digital sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung desentralisasi konten.<sup>105</sup>

d. Ketangguhan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan revolusi dalam cara individu dan masyarakat berinteraksi, terasuk di dalamnya industri konten digital. Di Kota Palopo, industri konten digital berkembang pesat, seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap media sosial dan platform digital lainnya. Dalam konteks ini, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo memegang peran penting dalam mengembangkan katahana konten kreator. Upaya ini meliputi pelatihan, penyediaan infrastruktur digital, serta dukungan sosial untuk membantu konten kreator menghadapi tantangan dan beradaptasi di era digital yang terus berubah.

Untuk mengembangkan ketahanan konten kreator, Diskominfo akan melaksanakan beberapa langkah strategis. Pertama, memberikan pelatihan dan edukasi yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan konten kreator di daerah. Kedua, memastikan tersedianya infrastruktur digital yang diperlukan untuk mendukung pengembangan industri konten digital di Kota Palopo. Menurut penelitian Suhartono, pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan kretaifdan teknis dapat meningkatkan daya saing konten kreator. Pelatihan tersebut tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun

---

<sup>105</sup> Jiayi Wu et al., "The Current Situation and Future Trend of the Platform Economy:" (2021 3rd International Conference on Economic Management and Cultural Industry (ICEMCI 2021), Guangzhou, China, 2021), <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211209.027>.

kepercayaan diri dan motivasi para konten kreator untuk terus berkarya. Dukungan dari pemerintah sangat diperlukan untuk menciptakan kapasitas yang lebih baik di antara konten lokal, sehingga mereka dapat menghadapi tantangan yang ada dalam industri ini.

Katengguhan menjadi aspek yang sangat penting bagi konten kreator, terutama dalam menghadapi umpan balik, termasuk komentar negatif. Mereka tidak boleh menganggap komentar negatif sebagai indikator kegagalan. Konten kreator harus mampu menyikapi umpan balik secara dewasa dan tetap fokus untuk terus berkarya dengan lebih baik. Hal tersebut di benarkan oleh Aryanto dalam penelitiannya “*Factors influencing mental toughness*” menegaskan bahwa ketangguhan mental sangat penting dalam industri kreatif, di mana individu sering kali menghadapi kritik dan tekanan.<sup>106</sup> Konten kreator yang memiliki ketangguhan cenderung lebih mampu bertahan dan berkembang meskipun menghadapi tantangan. Dalam konteks ini, Diskominfo perlu menyetakan pelatihan ketangguhan mental dalam program-program pengembangan mereka.

Peningkatan ketahanan konten kreator dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat, terutama dalam pengembangan ekonomi lokal di sektor ekonomi kreatif. Diskominfo menjelaskan bahwa pengembangan kapasitas konten kreator dan penyediaan infrastruktur digital yang

---

<sup>106</sup> Dian Bagus Aryanto and Ajeng Larasati, “Factors Influencing Mental Toughness,” in *Proceedings of the 5th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2019)* (Proceedings of the 5th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2019), Penang, Malaysia: Atlantis Press, 2020), <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200120.066>.

memadai dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan. Hal ini sejalan dengan penelitian Robbert yang berjudul “*Editorial: creative industries at the intersection between local agglomeration, national regulation, and global networks*” menunjukkan bahwa industri konten kreatif dapat berkontribusi signifikan terhadap perekonomian lokal dengan menciptakan peluang kerja dan mendorong inovasi.<sup>107</sup>

Meskipun terdapat potensi besar, masyarakat Kota Palopo masih memiliki stigma dan keengganan terhadap profesi konten kreator. Dari hasil wawancara dengan perwakilan masyarakat lokal ditemukan bahwa persepsi sosial dan budaya yang masih kuat menjadi tantangan bagi konten kreator untuk diterima dan didukung oleh masyarakat setempat. Pergeseran persepsi dan pemahaman mengenai pentingnya industri konten perlu dilakukan secara bertahap melalui edukasi dan sosialisasi.

Keterlibatan pemimpin daerah dan tokoh masyarakat juga penting untuk mengatasi stigma negatif tersebut. Hal ini dibenarkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Jan Fazlagic dengan judul “*The role of local governments in supporting creative industries-A conceptual model*” menunjukkan bahwa dukungan dari tokoh masyarakat dapat memfasilitasi penerimaan masyarakat terhadap profesi konten kreator dan mendorong

---

<sup>107</sup> Robert Hassink and Chun Yang, “Editorial: Creative Industries at the Intersection between Local Agglomeration, National Regulation, and Global Networks,” *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie* 112, no. 3 (July 2021): 217–19, <https://doi.org/10.1111/tesg.12474>.

perkembangan industri kreatif daerah.<sup>108</sup> Diskominfo dapat berperan sebagai fasilitator dalam mengadakan forum-forum diskusi antara konten kreator dan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan masyarakat terhadap profesi ini.

e. Keberlanjutan dan keharmonisan lingkungan

Dalam konteks globalisasi dan perkembangan teknologi informasi yang lebih pesat, konten digital telah menjadi salah satu medium utama dalam menyampaikan informasi dan mempengaruhi perilaku masyarakat. Di Kota Palopo, Diskominfo harus berperan aktif dalam mendorong konten kreator untuk memproduksi karya yang tidak hanya inovatif tetapi juga berorientasi pada keberlanjutan lingkungan. Keberlanjutan dan keharmonisan lingkungan menjadi tema utama dalam upaya ini. Dengan tujuan untuk menanamkan pemahaman mengenai pentingnya menjaga keseimbangan antara aktivitas kreatif dan kelestarian alam. Pembahasan ini bertujuan untuk mengeksplorasi langkah-langkah strategis yang diambil oleh Diskominfo, tanggung jawab konten kreator serta dampak dari komitmen terhadap keberlanjutan ini kepada masyarakat dan lingkungan.

Kedepannya Diskominfo menegaskan bahwa program edukasi yang disediakan bertujuan untuk menanamkan pemahaman mendalam mengenai konsep keberlanjutan dan keharmonisan lingkungan. Edukasi ini tidak hanya mencakup aspek teoritis, tetapi juga praktik nyata yang dapat diimplementasikan oleh konten kreator dalam karya mereka. Ungkapan

---

<sup>108</sup> Jan Fazlagić and Elżbieta Izabela Szczepankiewicz, "The Role of Local Governments in Supporting Creative Industries—A Conceptual Model," *Sustainability* 12, no. 1 (January 6, 2020): 438, <https://doi.org/10.3390/su12010438>.

tersebut sejalan dengan penelitian Maria Nepal yang berjudul “*Sustainability teaching tools in the digital age*” edukasi mengenai keberlanjutan dapat secara signifikan meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab individu terhadap isu-isu lingkungan yang sangat penting dalam konteks produksi konten digital.<sup>109</sup>

Konten kreator Kota Palopo menerapkan berbagai strategi dalam upaya menjaga kelestarian lingkungan, seperti menghindari penggunaan bahan yang berotensimerusak, termasuk pengurangan penggunaan kertas berlebih dan material lain yang tidak ramah lingkungan. Penelitian oleh Hassan menunjukkan bahwa tindakan pro-lingkungan dalam produksi konten dapat meningkatkan citra positif konten kreator di mata audiens, serta mendorong audiens untuk turut serta dalam menjaga lingkungan.

Konten yang dikonsumsi oleh masyarakat dapat mempengaruhi persepsi, pola pikir dan perilaku. Oleh karena itu, tanggung jawab konten kreator menjadi krusial dalam menciptakan karya yang tidak hanya menarik, tetapi juga bermanfaat dan sesuai dengan nilai-nilai masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian Shirley dengan judul “*Transformative learning via integrated project with sustainable development goals and innovations*” menunjukkan bahwa konten yang bertanggung jawab dapat memberikan hiburan, edukasi, dan inspirasi serta pengaruh positif kepada

---

<sup>109</sup> María Nepal, Ana María Mendióroz-Lacambra, and Alicia Peñalva, “Sustainability Teaching Tools in the Digital Age,” *Sustainability* 12, no. 8 (April 21, 2020): 3366, <https://doi.org/10.3390/su12083366>.

audiens.<sup>110</sup> Dengan demikian konten kreator diharapkan memahami dampak yang ditimbulkan oleh karya mereka, baik secara langsung maupun tidaklangsung. Dalam proses pembuatan konten, mereka perlu menjaga kualitas dan menyeimbangkan unsur hiburan serta edukasi, sehingga audiens dapat mendapatkan konsumsi konten yang sehat dan bermanfaat.

Konten kreator Kota Palopo percaya bahwa menjaga kelesatarian lingkungan sangat krusial, terutama mengingat tantangan lingkungan yang semakin kompleks dan tidak pasti di masa depan. Dengan memaksimalkan upaya konservasi lingkungan saat ini, mereka berharap dapat mejamin keberlanjutan masa depan bagi diri mereka dan lingkungan sekitar. Kesadaran akan keberlanjutan menjadi bagian integral dari proses kreatif mereka, yang sejalan dengan temuan dari Joosung Lee dalam penelitiannya “*Impacting emotions for Pro-Enverionmental consumption: literature analysis and empirical evidence*” bahwa kesadaran lingkungan dapat memperkuat identitas profesional konten kreator dan meningkatkan dampak positif karya mereka terhadap masyarakat.<sup>111</sup>

### **3. Framework Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0**

*Society 5.0* adalah konsep yang diusung oleh Jepang sebagai langkah evolusi dari masyarakat industri ke masyarakat berbasis teknologi.

---

<sup>110</sup> Shirley Mo Ching Yeung, “Transformative Learning via Integrated Projects with Sustainable Development Goals and Innovations.,” *Corporate Governance and Sustainability Review* 7, no. 2 (2023): 29–37, <https://doi.org/10.22495/cgsrv7i2p3>.

<sup>111</sup> Joosung Lee, “Impacting Emotions for Pro-Environmental Consumption: Literature Analysis and Empirical Evidence,” *Business and Management Research* 8, no. 4 (January 16, 2020): 1, <https://doi.org/10.5430/bmr.v8n4p1>.

Dalam konteks ini, teknologi tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan efisiensi, tetapi juga untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. *Society 5.0* menekankan pentingnya kolaborasi antara manusia dan mesin, dimana teknologi berperan sebagai alat pemecahan masalah sosial, seperti kemiskinan, kesehatan, dan pendidikan. Dengan mendukung inisiatif digital, Kota Palopo dapat berkontribusi pada pencapaian *Society 5.0* dan memastikan bahwa teknologi digunakan untuk kepentingan masyarakat. Melalui *framework* ini, diharapkan bisa terbangun lingkungan yang mendukung terciptanya inovasi dan kreativitas lokal dalam perspektif *Society 5.0*

Berikut adalah *framework* industri konten digital dalam perspektif *Society 5.0* di Kota Palopo:

1. Dimensi utama
  - a. Teknologi
    - 1) Kecerdasan buatan (AI)

Personalisasi yang mendalam dalam industri konten digital melalui kecerdasan buatan (AI) mencakup penggunaan analisis riwayat perilaku dan sentimen pengguna untuk memahami preferensi emosional. AI mengumpulkan data dari interaksi pengguna, seperti konten yang dilihat dan tindakan yang diambil, untuk menciptakan profil yang komprehensif. Berdasarkan profil ini, AI dapat merekomendasikan konten yang relevan, meningkatkan kemungkinan keterlibatan. Selain itu, analisis sentimen memungkinkan platform untuk menilai emosi pengguna terhadap konten

tertentu, sehingga dapat menampilkan konten yang sesuai dengan suasana hati mereka.<sup>112</sup> Ketika konten tidak hanya relevan tetapi juga resonan secara emosional, pengguna cenderung menghabiskan lebih banyak waktu, membagikan dan berinteraksi lebih aktif. Proses ini menciptakan siklus umpan balik yang memungkinkan AI untuk terus belajar dan beradaptasi dengan preferensi dan emosi pengguna yang berubah. Dengan demikian, AI dapat menciptakan pengalaman konten yang sangat dipersonalisasi, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna.

Optimasi konten menggunakan algoritma prediktif dalam kecerdasan buatan (AI) sangat penting untuk meningkatkan efektifitas distribusi dan dampak konten di dunia digital. AI menganalisis data historis dan pola perilaku pengguna untuk menentukan waktu terbaik untuk merilis konten, sehingga konten bisa diterbitkan saat audiens paling aktif. Selain itu, AI juga dapat mengidentifikasi format konten yang paling efektif berdasarkan performa sebelumnya. Disisi lain AI membantu menentukan saluran distribusi yang optimal, baik itu media sosial, email, atau platform lainnya, dengan mempertimbangkan demografi dan preferensi pengguna. Dengan mengoptimalkan waktu, format, dan saluran, AI memaksimalkan dampak dan jangkauan konten, meningkatkan keterlibatan pengguna dan potensi konversi, sehingga memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi kreator dan pemasaran.

---

<sup>112</sup> Dmitry Ivanov, "The Industry 5.0 Framework: Viability-Based Integration of the Resilience, Sustainability, and Human-Centricity Perspectives," *International Journal of Production Research* 61, no. 5 (March 4, 2023): 1683–95, <https://doi.org/10.1080/00207543.2022.2118892>.

## 2) *Blockchain*

*Blockchain* menawarkan solusi inovatif untuk keamanan dan transparansi dalam industri konten digital dengan menyediakan buku besar desentralisasi yang mencatat setiap transaksi secara permanen dan tidak dapat diubah.<sup>113</sup> Keamanan tambahan ini muncul dari sifat desentralisasi yang membuatnya sulit bagi pihak jahat untuk mengakses atau memanipulasi data, sehingga melindungi hak cipta dan memberikan bukti kepemilikan yang sah bagi kreator. Selain itu, transparansi yang ditawarkan oleh *blockchain* meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap sumber konten, memungkinkan mereka untuk memverifikasi asal-usul konten dan memastikan bahwa mereka berinteraksi dengan sumber yang sah. Dengan catatan yang dapat diakses publik, risiko penipuan dalam distribusi konten berkurang secara signifikan, karena pengguna dapat yakin bahwa konten yang mereka konsumsi adalah asli dan sesuai dengan yang dijanjikan. Secara keseluruhan, *blockchain* menciptakan ekosistem yang lebih aman dan transparan bagi semua pihak yang terlibat dalam industri konten digital.

*Blockchain* juga menghadirkan model monetisasi baru melalui *smart contracts* memungkinkan kreator konten untuk mengatur pembayaran otomatis berdasarkan penggunaan karya mereka. *Smart contracts* mengeksekusi perjanjian secara otomatis tanpa memerlukan pihak ketiga, sehingga pembayaran dapat dilakukan langsung dan transparan setiap kali

---

<sup>113</sup> von der Assen et al., "Performance Analysis of Decentralized Physical Infrastructure Networks and Centralized Clouds."

konten diakses atau digunakan. Model ini menawarkan keadilan yang lebih besar, karena semua transaksi tercatat di *blockchain*, memungkinkan kreator untuk melihat imbalan yang sesuai dengan karya mereka. Dengan fleksibilitas dalam menentukan syarat monetisasi dan mengurangi ketergantungan pada perantara, kreator dapat meningkatkan pendapatan dan menjaga kontrol lebih besar atas karya mereka, serta menciptakan ekosistem yang lebih adil dan transparan

### 3) Platform Digital

Ekosistem distribusi yang terintegrasi dalam platform digital memungkinkan konten dipindahkan dan diakses dengan mudah antar berbagai saluran lain, memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan kemungkinan interaksi. Pengalaman pengguna yang konsisten diseluruh platform membantu membangun loyalitas dan kepercayaan, sementara pengumpulan data yang terpadu memungkinkan analisis perilaku pengguna yang lebih mendalam. Dengan demikian, ekosistem ini meningkatkan efisiensi distribusi konten dan meningkatkan keterlibatan serta kepuasan pengguna.

Analisis data *real-time* pada platform digital memungkinkan pemantauan perilaku pengguna secara langsung, memberikan wawasan berharga bagi kreator dan pemasar untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren dan preferensi audiens. Dengan mengumpulkan data dari interaksi pengguna, mereka dapat segera memahami konten yang paling menarik dan merespon tren yang muncul, seperti memproduksi konten

terkait secara cepat. Selain itu, wawasan ini membantu mengoptimalkan strategi pemasaran dengan memungkinkan pengujian kampanye secara langsung dan penyesuaian yang diperlukan. Dengan demikian, analisis data *real-time* meningkatkan ketelibatn pengguna dan memastikan konten yang dihasilkan lebih relevan dan menarik bagi audiens.

b. Manusia

Memberdayakan kreator lokal melalui pelatihan dan pendidikan adalah langkah krusial untuk menciptakan konten yang resonan dengan budaya dan nilai-nilai lokal. Program pelatihan harus dirancang secara komprehensif, mencakup keterampilan teknis seperti editing video dan produksi audio, yang memungkinkan kreator untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi. Selain itu, keterampilan lunak seperti pemasaran digital dan manajemen proyek sangat penting untuk membantu kreator memasarkan karya mereka dan mengelola proyek secara efisien, sehingga meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Pembangunan komunitas kreatif juga memainkan peran vital dalam proses ini. Mendorong kolaborasi antara kreator, desainer, dan pengusaha lokal dan menciptakan sinergi yang menghasilkan ide-ide inovatif dan konten yang lebih kaya. Ruang diskusi yang terbuka dan inklusif memungkinkan berbagai pengetahuan dan pengalaman, serta memfasilitasi pertukaran ide yang dapat memperkaya hasil kreatif. Dengan menciptakan sistem yang mendukung kolaborasi, bukan hanya konten yang dihasilkan menjadi lebih relevan dan menarik, tetapi juga memperkuat identitas

budaya lokal. Secara keseluruhan, pendekatan yang terintegrasi dalam memberdayakan kreator lokal melalui pelatihan yang tepat dan pembangunan komunitas yang kolaboratif akan mendorong inovasi dan keberlanjutan dalam industri konten, sekaligus menjaga dan memperkaya warisan budaya lokal.

c. Keberlanjutan

Keberlanjutan dalam industri konten digital melibatkan penerapan praktik ramah lingkungan yang menyeluruh dan strategis. Ini mencakup pengurangan limbah digital melalui pengelolaan data yang efisien dan penggunaan sumber daya yang minimal, serta pemanfaatan energi terbarukan dalam setiap tahap produksi. Tetapi juga menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab lingkungan. Salain itu, konten yang mendukung kesadaran sosial dan lingkungan, seperti kampanye perlindungan lingkungan, menjadi vital dalam memengaruhi opini-opini publik dan mendorong perubahan perilaku.<sup>114</sup> Dengan menyoroti isu-isu keberlanjutan, kreator konten memiliki kekuatan untuk mendidik audiens dan mendorong tindakan positif, seperti partisipasi dalam inisiatif lokal atau dukungan terhadap proyek keberlanjutan.

Lebih jauh lagi, produksi konten yang menginspirasi kolaborasi dan tindakan kolektif dalam komunitas dapat menciptakan dampak sosial yang signifikan. Ketika konten tidak hanya berbicara tentang masalah, tetapi juga mengajak audiens untuk berpartisipasi, hal ini dapat

---

<sup>114</sup> Yeung, "Transformative Learning via Integrated Projects with Sustainable Development Goals and Innovations."

memperkuat solidaritas dan tanggung jawab bersama terhadap lingkungan. Dalam konteks ini, industri konten digital berpotensi menjadi agen perubahan yang aktif, dengan keberlanjutan sebagai inti dari setiap strategi dan inisiatif. Dengan demikian, keberlanjutan bukan hanya sekedar pilihan, melainkan kewajiban moral bagi semua pelaku industri untuk menciptakan dampak positif yang berkelanjutan bagi masyarakat dan planet.

## 2. Struktur ekosistem

### a. Pemangku kepentingan

Pemangku kepentingan memiliki peran strategis yang krusial dalam mempercepat pertumbuhan industri konten digital, dengan kontribusi masing-masing yang saling melengkapi. Pemerintah lokal bertanggung jawab untuk menciptakan regulasi yang pro-aktif, termasuk insentif yang menarik bagi startup dan kreator. Melalui kebijakan yang mendukung, seperti pengurangan pajak dan akses ke pendanaan, pemerintah dapat menumbuhkan ekosistem inovatif yang memungkinkan pengembangan konten berkualitas tinggi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.

Sektor swasta memainkan peran penting dalam investasi teknologi dan infrastruktur yang diperlukan untuk mendukung industri ini. Dengan berkolaborasi dengan pemerintah, sektor swasta dapat membantu merancang program pelatihan yang komprehensif, memperkuat keterampilan tenaga kerja, dan mempersiapkan mereka untuk menghadapi

tantangan digital. Investasi ini tidak hanya meningkatkan produktivitas industri, tetapi juga menciptakan lapangan kerja yang berkelanjutan.

Komunitas juga harus diikutsertakan secara aktif dalam pengembangan konten. Melibatkan masyarakat memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya relevan tetapi juga mencerminkan nilai dan aspirasi lokal. Keterlibatan komunitas dalam setiap fase, dari perencanaan hingga evaluasi, meningkatkan kualitas konten dan memperkuat dampak sosialnya.<sup>115</sup> Secara keseluruhan, sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas adalah kunci untuk membangun ekosistem konten digital yang dinamis dan berkelanjutan. Dengan memaksimalkan kolaborasi dan dukungan lintas sektoral, seluruh pemangku kepentingan dapat menciptakan industri yang tidak hanya inovatif tetapi juga responsif terhadap kebutuhan masyarakat, memperkuat fondasi untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

b. Jaringan kolaborasi

Jaringan kolaborasi yang efektif antara institusi pendidikan, industri, dan pemerintah merupakan fondasi penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi dalam industri konten digital. Kemitraan memungkinkan institusi pendidikan untuk membangun program studi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan industri, memastikan lulusan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk berkontribusi secara langsung. Dengan demikian, institusi tidak hanya

---

<sup>115</sup> Fazlagić and Szczepankiewicz, “The Role of Local Governments in Supporting Creative Industries—A Conceptual Model.”

berfungsi sebagai tempat pendidikan, tetapi juga sebagai pusat inovasi yang menghasilkan tenaga kerja yang siap pakai.

Platform untuk berbagi pengetahuan dan sumber daya seperti seminar, workshop, dan konferensi berperan penting dalam mempertemukan berbagai pemangku kepentingan. Acara semacam ini tidak hanya memfasilitasi pertukaran ide, tetapi juga menciptakan ruang untuk diskusi yang konstruktif antara akademisi, praktisi industri, dan pembuat kebijakan. Melalui interaksi ini, kolaborasi yang lebih dalam dapat terwujud, memungkinkan pengembangan solusi inovatif yang dapat mengatasi tantangan yang dihadapi oleh industri.

Dengan memanfaatkan jaringan kolaborasi ini, berbagai pihak dapat mengidentifikasi tren baru dan peluang pasar, serta mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk menghadapi dinamika industri. Sinergi antara pendidikan, industri, dan pemerintah tidak hanya memperkuat inovasi tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru di sektor konten digital. Secara keseluruhan, membangun jaringan kolaborasi yang solid adalah langkah strategis yang dapat menghasilkan ekosistem yang lebih responsif dan adaptif, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing industri konten digital di tingkat global.

3. Strategi implementasi
  - a. Pendidikan dan pelatihan

Strategi implementasi yang berfokus pada pendidikan dan pelatihan adalah kunci untuk membangun talenta yang siap menghadapi industri konten digital yang dinamis. Dengan meluncurkan program pelatihan yang terfokus pada pengembangan keterampilan digital, terutama untuk generasi muda, kita dapat menciptakan tenaga kerja yang tidak hanya terampil tetapi juga adaptif terhadap perubahan cepat dalam teknologi dan tren pasar. Ini akan menghasilkan individu yang mampu berinovasi dan bersaing secara global.

Penyelenggara workshop bagi kreator lokal berfungsi sebagai platform praktis untuk meningkatkan kemampuan teknis dan pemahaman pemasaran mereka. Workshop ini tidak hanya memberikan keterampilan membuat berkualitas, tetapi juga membekali kreator dengan strategi pemasaran yang efektif, yang sangat penting untuk meningkatkan jangkauan dan dampak karya mereka. Dengan memadukan keterampilan kreatif dan pemasaran, mereka dapat lebih mudah menemus pasar kompetitif.<sup>116</sup> Secara garis besar, investasi dalam pendidikan dan pelatihan yang terstruktur akan memperkuat ekosistem industri konten digital, memberdayakan individu untuk berkontribusi secara signifikan dan menciptakan inovasi yang berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, kita tidak hanya membangun kompetensi individu, tetapi juga mendorong pertumbuhan industri yang lebih luas dan berkelanjutan.

#### b. Pengembangan infrastruktur

---

<sup>116</sup> Kolej Komuniti Paya Besar, Jalan Maran-Gambang, 26600 Gambang, Pahang, Malaysia. et al., "Web Engagement Strategies In Business, Government And Education Sector."

Pengembangan infrastruktur TI merupakan elemen fundamental dalam memperkuat industri konten digital. Investasi dalam infrastruktur TI yang memfasilitasi akses internet cepat dan stabil tidak hanya meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi konten, tetapi juga menjadi landasan bagi inovasi yang berkelanjutan. Akses internet yang handal memungkinkan kreator untuk mengunggah dan menyebarluaskan karya merek tanpa kendala, yang sangat penting dalam ekosistem digital yang kompetitif, dimana kecepatan respon adalah kunci untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Pembangunan ruang kreatif dan inkubator untuk inovasi berfungsi sebagai katalisator bagi kolaborasi dan pengembangan ide-ide baru. Ruang ini tidak hanya menyediakan fasilitas fisik, tetapi juga menciptakan ekosistem yang mendukung interaksi antara kreator. Dengan akses kepada sumber daya, bimbingan dan jaringan profesional, inkubator memproses mempercepat proses transformasi ide menjadi produk yang dapat dipasarkan secara efektif.

c. Promosi dan pemasaran

Promosi dan pemasaran adalah elemen krusial dalam memperkuat posisi konten lokal di pasar digital. Melakukan kampanye pemasaran yang terencana untuk mempromosikan konten lokal tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang keberadaan platform digital, tetapi juga untuk menumbuhkan rasa bangga dan ketertarikan komunitas terhadap konten yang mereka hasilkan. Kampanye ini harus dirancang

dengan cermat, menyoroti keunikan, nilai tambah, dan relevansi konten lokal. Dengan menampilkan cerita, budaya, dan perspektif khas, kampanye tersebut dapat menciptakan koneksi yang lebih mendalam dengan audiens, mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dan mendukung konten lokal.

Memamfaatkan media sosial sebagai alat promosi adalah strategi yang sangat efektif untuk meningkatkan visibilitas konten. Platform media sosial, seperti *Instagram*, *TikTok*, dan *Facebook*, memungkinkan interaksi langsung antara kreator dan audiens, memberikan peluang untuk membangun komunikasi yang solid. Dengan konten yang menarik, visual yang menarik perhatian, dan narasi yang kuat, media sosial dapat berfungsi sebagai media distribusi yang kuat, memperluas jangkauan konten dan menarik perhatian publik yang lebih luas. Selain itu, fitur berbagi dan viralitas di media sosial dapat mempercepat penyebaran konten, menjadikannya lebih dikenal di kalangan pengguna.

Kampanye pemasaran yang efektif juga harus melibatkan strategi kolaborasi dengan *influencer* atau kreator lokal yang memiliki audiens yang relevan. Melalui kolaborasi ini, konten dapat menjangkau demografis baru dan mendapatkan kredibilitas tambahan. *Influencer* yang memiliki hubungan yang baik dengan audiens dapat membantu mempromosikan konten dengan cara yang lebih autentik, sehingga meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat terhadap platform digital. Kombinasi antara kampanye pemasaran yang terarah dan pemanfaatan media sosial

yang optimal akan menciptakan sinergi yang mampu menjadikan konten lokal lebih dikenal dan dihargai. Peningkatan ini tidak hanya meningkatkan visibilitas, tetapi juga membangun komunitas yang lebih kuat disetiap konten digital. Hal ini akan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan industri konten digital.

#### 4. Evaluasi dan pengukuran

##### a. Indikator kinerja utama

Indikator Kinerja Utama adalah alat yang esensial dalam mengukur keberhasilan dan efektifitas strategi dalam industri konten digital. Menetapkan Indikator Kinerja Utama yang tepat membantu pemangku kepentingan mendapatkan wawasan yang jelas tentang kinerja platform atau konten yang mereka kelola. Beberapa metrik kunci yang perlu dipertimbangkan meliputi:

##### 1) Jumlah Konten yang diproduksi

Matrik ini menunjukkan seberapa aktif sebuah platform dalam menghasilkan konten terbaru. Meningkatnya jumlah konten dapat mencerminkan pertumbuhan dan diversifikasi, tetapi kualitas juga harus diperhatikan. Konten yang berkualitas tinggi dengan relevansi yang tepat lebih menarik perhatian audiens.

##### 2) Jumlah pengguna aktif

Mengukur pengguna aktif memberikan gambaran tentang seberapa banyak audiens yang terlibat dengan konten secara langsung. Metrik ini penting untuk memahami daya tarik konten dan seberapa baik platform

dalam mempertahankan audiensnya. Pertumbuhan pengguna aktif adalah indikator positif dari keberhasilan pemasaran dan relevansi konten.

3) Tingkat partisipasi masyarakat

Mencakup keterlibatan audiens dalam kegiatan konten, seperti komentar, berbagi, dan interaksi lainnya. Tingkat partisipasi yang tinggi menunjukkan bahwa konten tidak hanya dikonsumsi tetapi juga memicu diskusi dan interaksi, yang dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan.

b. Umpan balik

Umpan balik adalah elemen kritis dalam proses perbaikan berkelanjutan untuk produk dan layanan dalam industri konten digital. Mengumpulkan umpan balik dari pengguna dan kreator secara sistematis memungkinkan pemangku kepentingan untuk memahami pengalaman dan kebutuhan mereka. Pendekatan ini tidak hanya membantu dalam mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, tetapi juga menciptakan rasa keterlibatan dan kepemilikan di antara audiens dan konten kreator.

1) Mengumpulkan umpan balik

Proses pengumpulan umpan balik ini dilakukan melalui berbagai saluran, seperti survei, wawancara, dan analisis interaksi di media sosial. Metode ini memberikan wawasan yang beragam dan mendalam tentang bagaimana konten diterima dan digunakan. Umpan balik langsung dari pengguna membantu mengidentifikasi masalah spesifik serta peluang untuk mengembangkan fitur atau konten baru.

## 2) Perbaikan berkelanjutan

Informasi yang telah diperoleh dari umpan balik, konten kreator ataupun pihak berkepentingan dapat melakukan perbaikan berkelanjutan pada produk dan layanan. Ini mencakup penyesuaian konten, peningkatan antarmuka pengguna dan pengembangan fungsi baru yang sesuai dengan harapan audiens. Proses ini menciptakan siklus umpan balik positif, dimana perbaikan yang dilakukan berkontribusi pada pengalaman pengguna yang lebih baik.

## 3) Penyesuaian strategi berdasarkan analisis data

Analisis data yang dikumpulkan dari umpan balik memungkinkan pemangku kepentingan untuk menyusun strategi yang lebih cerdas dan responsif. Dengan mengidentifikasi tren dan pola dalam umpan balik, pemangku kepentingan dapat membuat keputusan yang lebih profesional, mengarahkan fokus pada area yang paling berdampak. Misalnya, jika umpan balik menunjukkan bahwa audiens menginginkan lebih banyak konten edukatif, konten kreator dapat menyesuaikan strategi konten untuk memenuhi permintaan tersebut.

| Aspek                 | Deskripsi  |
|-----------------------|--|
| 1. Dimensi Utama      | 1) Teknologi (Penggunaan AI untuk rekomendasi konten, Platform digital untuk distribusi konten)<br>2) Manusia (pemberdayaan kreator lokal, membangun komunitas kreatif)<br>3) Keberlanjutan (praktik ramah lingkungan, konten yang mendukung kesadaran sosial) |
| 2. Struktur Ekosistem | 1) Pemangku kepentingan (pemerintah lokal: regulasi dan kebijakan, sektor swasta:  |

|                            |  |
|----------------------------|--|
|                            | <p>investasi dan inovasi, komunitas: partisipasi aktif.)</p> <p>2) Jaringan kolaborasi (kemitraan antara pendidikan, industri dan pemerintah, platform untuk berbagi pengetahuan).</p>   |
| 3. Strategi Implementasi   | <p>1) Pendidikan dan pelatihan (program pelatihan keterampilan digital, workshop untuk kreator lokal)</p> <p>2) Pengembangan Infrastruktur</p>   |
| 4. Evaluasi dan pengukuran | <p>1) Indikator kinerja utama (jumlah konten yang di produksi dan didistribusikan, tingkat partisipasi masyarakat)</p> <p>2) Umpan balik (mengumpulkan umpan balik untuk perbaikan, menyesuaikan strategi berdasarkan analisis data)</p> |

**Tabel. 4.1** *Framework*

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan pembahasan mengenai *framework* industri konten digital dalam perspektif *society 5.0*, dapat disimpulkan bahwa integrasi teknologi, pemberdayaan sumber daya manusia, keberlanjutan, dan kolaborasi pemangku kepentingan merupakan komponen kunci dalam menciptakan ekosistem konten digital yang inovatif dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Dengan demikian Pengembangan Framework industri konten digital dalam perspektif *society5.0* di Kota Palopo dapat di implementasikan dalam beberapa langkah yaitu sebagai berikut:

1. Penggunaan kecerdasan buatan (AI) dan Blockchain dalam industri konten digital memainkan peran vital dalam meningkatkan personalisasi, keamanan dan transparansi. AI memungkinkan analisis perilaku pengguna untuk menyajikan konten yang lebih relevan, sedangkan *blokchain* memberikan perlindungan hak cipta dan meningkatkan kepercayaan pengguna.
2. Pendidikan dan pelatihan yang menyeluruh bagi kreator lokal sangat penting untuk meningkatkan daya saing mereka. Program pelatihan yang mencakup keterampilan teknis dan pemasaran dapat meningkatkan kemampuan kreator dalam memproduksi konten berkualitas tinggi yang sesuai dengan nilai-nilai lokal.

3. Penerapan praktik ramah lingkungan dalam produksi konten serta pembuatan konten yang mendukung kesadaran sosial menjadi penting untuk menciptakan dampak positif. Keberlanjutan harus menjadi bagian integral dari setiap strategi dalam industri konten digital, dengan tujuan untuk mendidik audiens dan mendorong tindakan kolektif yang bertanggung jawab.
4. Sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas sangat diperlukan untuk membangun ekosistem yang dinamis. Keterlibatan aktif semua pihak dalam pengembangan konten akan memastikan bahwa produk yang dihasilkan relevan dan mencerminkan aspirasi serta nilai-nilai masyarakat. Selain itu evaluasi berkelanjutan melalui indikator kinerja utama dan umpan balik dari pengguna akan membantu dalam meningkatkan kualitas konten dan memastikan keberhasilan strategi yang diterapkan.

## **B. Saran**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan dengan ini peneliti memberikan saran kepada Diskominfo Kota Palopo, pihak swasta dan konten kreator sebagai berikut

1. Diskominfo dalam mendukung pengembangan industri konten digital di Kota Palopo sebaiknya fokus pada tiga hal utama. Pertama, menyusun peraturan yang mendukung inovasi dan perlindungan kekayaan intelektual dalam industri ini. Kedua, memfasilitasi pelatihan dan pendampingan bagi sumber daya manusia dibidang konten digital, yang mencakup keterampilan desain grafis, editing video, hingga pemasaran daring. Ketiga, meningkatkan kualitas infrastruktur TIK, khusus jaringan internet berkecepatan tinggi di seluruh

wilayah. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan Diskominfo dapat memberikan dukungan maksimal bagi pengembangan industri konten digital di Kota Palopo, yang dapat mendongkrak perekonomian daerah. Selain itu, Diskominfo Kota Palopo juga perlu memperhatikan tiga hal dalam mengembangkan *framework* industri konten digital: melakukan kajian dan pemetaan terhadap potensi konten kreator di Kota Palopo, menyusun strategi dengan menetapkan visi misi yang sesuai dengan kebutuhan saat ini, serta membentuk tim koordinasi yang bertanggung jawab atas tercapainya tujuan.

2. Pihak Swasta dalam mendukung pengembangan industri konten digital di Palopo, disarankan turut andil dengan membangun kerja sama yang sinergis. Contohnya menyediakan fasilitas pelatihan digital bagi anak muda, membentuk platform konten lokal, serta berkolaborasi dengan pelaku usaha dalam pengembangan produk konten kreatif. Swasta juga dapat membangun co-working space untuk memfasilitasi pembuatan konten secara kolaboratif. Selain itu, investasi dalam proyek hiburan digital yang melibatkan talenta lokal dan pembangunan platform e-commerce UMKM menjadi langkah positif. Dengan dukungan berbagai pihak swasta, diharapkan anak muda Palopo semakin terampil dan terlibat aktif dalam mengembangkan industri konten digital di kota tersebut.
3. Konten Kreator Kota Palopo diharapkan turut serta dalam mengembangkan industri konten digital di Palopo, konten kreator disarankan fokus membangun karya yang memperkenalkan potensi daerah secara kreatif dan menarik. Memproduksi konten inspiratif, hiburan, serta promosi potensi

pariwisata dan kuliner lokal. Selain itu, dilakukan kolaborasi dengan konten kreator lain untuk membesarkan jangkauan. Konten kreator Palopo juga perlu meningkatkan kompetensi digital melalui pelatihan dan aktif berkontribusi dalam kegiatan pemasaran produk lokal secara online yang akan meningkatkan industri konten digital dan perekonomian Kota Palopo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Jumah, Muhammad Naim, Bambang Sugiantoro, and Yudi Prayudi. "PENERAPAN METODE COMPOSITE LOGIC UNTUK PERANCANGAN FRAMEWORK PENGUMPULAN BUKTI DIGITAL PADA MEDIA SOSIAL." *ILKOM Jurnal Ilmiah* 11, no. 2 (August 31, 2019): 135–42. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v11i2.442.135-142>.
- Aryanto, Dian Bagus, and Ajeng Larasati. "Factors Influencing Mental Toughness." In *Proceedings of the 5th ASEAN Conference on Psychology, Counselling, and Humanities (ACPCH 2019)*. Penang, Malaysia: Atlantis Press, 2020. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200120.066>.
- Assen, Jan von der, Christian Killer, Alessandro De Carli, and Burkhard Stiller. "Performance Analysis of Decentralized Physical Infrastructure Networks and Centralized Clouds." arXiv, 2024. <https://doi.org/10.48550/ARXIV.2404.08306>.
- "Audience as Consumers: The Emergence of Media Audience as Gods." *International Journal of Humanities, Social Sciences and Education* 7, no. 7 (2020). <https://doi.org/10.20431/2349-0381.0707010>.
- Audrezet, Alice, Gwarlann De Kerviler, and Julie Guidry Moulard. "Authenticity under Threat: When Social Media Influencers Need to Go beyond Self-Presentation." *Journal of Business Research* 117 (September 2020): 557–69. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.008>.
- Badri, Muhammad. "Pribumi Digital Moderat: Profil Kecakapan Komunikasi Digital Generasi Z." *Jurnal Riset Komunikasi* 5, no. 2 (August 31, 2022): 291–303. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.653>.
- Basrowi, Basrowi, Juhary Haji Ali, and Tulus Suyanto. "THE CUSTOMER LOYALTY RESEARCH TRENDS: BIBLIOMETRY ANALYSIS." *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)* 2, no. 1 (October 31, 2022): 1–14. <https://doi.org/10.46306/ncabet.v2i1.60>.
- Berger, Jonah, Wendy W. Moe, and David A. Schweidel. "What Holds Attention? Linguistic Drivers of Engagement." *Journal of Marketing* 87, no. 5 (September 2023): 793–809. <https://doi.org/10.1177/00222429231152880>.
- Cai, Tianxin, Wangyuan Chen, Songxia Li, Hangshuo Qiu, and Jinglei Shang. "Customer Value and Customer Loyalty: Comparison and Application." Zhuhai, China, 2022. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220307.173>.
- Chen, Siyao. "The Influence of Social Media Platforms on Self-Identity In the New Media Environment: The Case of TikTok and Instagram." Edited by M.T. Vahid and C.C.E. Lee. *SHS Web of Conferences* 165 (2023): 01020. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202316501020>.
- Choudhary, Prashant Kumar, and Dr. Krishna Kant Sahu. "Managing and Shaping Brand Associations to Ensure Positive Alignment with 'Brand Image': Narrative Synthesis." *International Journal of Physical Education, Sports and Health* 10, no. 3 (May 1, 2023): 112–17. <https://doi.org/10.22271/kheljournal.2023.v10.i3b.2935>.

- Ćurčić, Nikola, and Vuk Miletić. "Factors Important for Achieving the Competitiveness of Industrial and Agroindustrial Products." *Ekonomika Poljoprivrede* 67, no. 3 (2020): 831–47. <https://doi.org/10.5937/ekoPolj2003831C>.
- Dhirani, Lubna Luxmi, Noorain Mukhtiar, Bhawani Shankar Chowdhry, and Thomas Newe. "Ethical Dilemmas and Privacy Issues in Emerging Technologies: A Review." *Sensors* 23, no. 3 (January 19, 2023): 1151. <https://doi.org/10.3390/s23031151>.
- Edi Santoso, Rudi, Anggy Giri Prawiyogi, Untung Rahardja, Fitra Putri Oganda, and Nimatul Khofifah. "Penggunaan Dan Manfaat Big Data Dalam Konten Digital." *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal* 3, no. 2 (November 29, 2022): 88–91. <https://doi.org/10.34306/abdi.v3i2.836>.
- European Commission. Directorate General for Research and Innovation. *Industry 5.0: Towards a Sustainable, Human Centric and Resilient European Industry*. LU: Publications Office, 2021. <https://data.europa.eu/doi/10.2777/308407>.
- Fazlagić, Jan, and Elżbieta Izabela Szczepankiewicz. "The Role of Local Governments in Supporting Creative Industries—A Conceptual Model." *Sustainability* 12, no. 1 (January 6, 2020): 438. <https://doi.org/10.3390/su12010438>.
- Ferreira, Carlos Miguel, and Sandro Serpa. "Society 5.0 and Social Development: Contributions to a Discussion." *Management and Organizational Studies* 5, no. 4 (November 30, 2018): 26. <https://doi.org/10.5430/mos.v5n4p26>.
- Gong, Yanping, Jun Xiao, Xiuyuan Tang, and Jinglu Li. "How Sustainable Marketing Influences the Customer Engagement and Sustainable Purchase Intention? The Moderating Role of Corporate Social Responsibility." *Frontiers in Psychology* 14 (March 15, 2023): 1128686. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1128686>.
- Hassan, Noor, Jaehoon Rhee, and Alisher Dedahanov. "Organizational Culture Influences on Creativity and Innovation: A Review." *Global Political Review* IV, no. II (June 30, 2019): 33–45. [https://doi.org/10.31703/gpr.2019\(IV-II\).04](https://doi.org/10.31703/gpr.2019(IV-II).04).
- Hassink, Robert, and Chun Yang. "Editorial: Creative Industries at the Intersection between Local Agglomeration, National Regulation, and Global Networks." *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie* 112, no. 3 (July 2021): 217–19. <https://doi.org/10.1111/tesg.12474>.
- Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, Zübeyde Yaraş, Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, and Fikriye Kanatlı Öztürk. "Society 5.0 in Human Technology Integration: Digital Transformation in Educational Organizations." *International Journal of Progressive Education* 18, no. 1 (February 1, 2022): 458–74. <https://doi.org/10.29329/ijpe.2022.426.26>.
- Hitachi-UTokyo Laboratory(H-UTokyo Lab.), ed. *Society 5.0: A People-Centric Super-Smart Society*. Singapore: Springer Singapore, 2020. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2989-4>.
- Holroyd, Carin. "Digital Content Promotion in South East Asia: Government Strategies for a New Economic Sector." *Journal of Asian Public Policy* 12,

- no. 1 (January 2, 2019): 15–33.  
<https://doi.org/10.1080/17516234.2018.1477029>.
- Hung, Nguyen Tan. “The Impact of ICTs on Collaborative Learning: A Literature Review.” *Innovations in Information and Communication Technology Series*, February 28, 2021, 46–52. [https://doi.org/10.46532/978-81-950008-7-6\\_004](https://doi.org/10.46532/978-81-950008-7-6_004).
- Ivanov, Dmitry. “The Industry 5.0 Framework: Viability-Based Integration of the Resilience, Sustainability, and Human-Centricity Perspectives.” *International Journal of Production Research* 61, no. 5 (March 4, 2023): 1683–95. <https://doi.org/10.1080/00207543.2022.2118892>.
- Jacob, Mishel Elizabeth, and Johnney Johnson. “Conceptualising Digital Content Marketing for Greater Consumer Brand Engagement.” *Colombo Business Journal* 12, no. 2 (December 31, 2021): 80–102. <https://doi.org/10.4038/cbj.v12i2.83>.
- Jones, Graham, Bernardita Chirino Chace, and Justin Wright. “Cultural Diversity Drives Innovation: Empowering Teams for Success.” *International Journal of Innovation Science* 12, no. 3 (September 23, 2020): 323–43. <https://doi.org/10.1108/IJIS-04-2020-0042>.
- Kimura, Makoto. “Customer Segment Transition through the Customer Loyalty Program.” *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics* 34, no. 3 (February 14, 2022): 611–26. <https://doi.org/10.1108/APJML-09-2020-0630>.
- Kolej Komuniti Paya Besar, Jalan Maran-Gambang, 26600 Gambang, Pahang, Malaysia., Norita Ahmad, Aziman Abdullah, and Faculty Of Computing, Universiti Malaysia Pahang, 26600 Pahang, Malaysia. “Web Engagement Strategies In Business, Government And Education Sector: Review.” *International Journal of Software Engineering and Computer Systems* 7, no. 1 (February 28, 2021): 12–23. <https://doi.org/10.15282/ijsecs.7.1.2021.2.0078>.
- Kordzadeh, Nima, and Diana K. Young. “How Social Media Analytics Can Inform Content Strategies.” *Journal of Computer Information Systems* 62, no. 1 (January 2, 2022): 128–40. <https://doi.org/10.1080/08874417.2020.1736691>.
- Leber, Marjan, Andrea Ivanišević, Jelena Borocki, Mladen Radišić, and Beata Ślusarczyk. “Fostering Alliances with Customers for the Sustainable Product Creation.” *Sustainability* 10, no. 9 (September 7, 2018): 3204. <https://doi.org/10.3390/su10093204>.
- Lee, Joosung. “Impacting Emotions for Pro-Environmental Consumption: Literature Analysis and Empirical Evidence.” *Business and Management Research* 8, no. 4 (January 16, 2020): 1. <https://doi.org/10.5430/bmr.v8n4p1>.
- Liu, Siti. “The Impact of Influencer Marketing on Brand Engagement: A Conceptual Framework.” Xishuangbanna, China, 2021. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211220.383>.
- Liu, Yutong, and Peiyi Song. “An Intelligent Digital Media Asset Management Model Based on Business Ecosystem.” Edited by Dalin Zhang.

- Computational Intelligence and Neuroscience* 2022 (May 13, 2022): 1–14. <https://doi.org/10.1155/2022/1190538>.
- Ma, Xiaoli, Junna Jin, and Yunrun Liu. “The Influence of Interpersonal Interaction on Consumers’ Purchase Intention under e-Commerce Live Broadcasting Mode: The Moderating Role of Presence.” *Frontiers in Psychology* 14 (February 16, 2023): 1097768. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1097768>.
- Majdúchová, Helena, and Mária Kmety Barteková. “Innovations in the Creative Industry Entities.” Edited by T. Kliestik. *SHS Web of Conferences* 74 (2020): 02009. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207402009>.
- Mavrodieva, Aleksandrina V., and Rajib Shaw. “Disaster and Climate Change Issues in Japan’s Society 5.0—A Discussion.” *Sustainability* 12, no. 5 (March 2, 2020): 1893. <https://doi.org/10.3390/su12051893>.
- May, Amy Yeo Chu, Ling Wei Hong, and Jeffton Low Boon Tiong. “THE EFFECTS OF SOCIAL MEDIA MARKETING FUNCTIONALITIES ON CONSUMER DECISION-MAKING: THE MODERATING ROLE OF TRUST AND EMOTIONAL INTELLIGENCE.” *International Journal of Application on Economics and Business* 1, no. 2 (August 6, 2023): 627–41. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i2.627-641>.
- Morehouse, Jordan, and Adam J. Saffer. “Promoting the Faith: Examining Megachurches’ Audience-Centric Advertising Strategies on Social Media.” *Journal of Advertising* 50, no. 4 (August 8, 2021): 408–22. <https://doi.org/10.1080/00913367.2021.1939202>.
- Napal, María, Ana María Mendióroz-Lacambra, and Alicia Peñalva. “Sustainability Teaching Tools in the Digital Age.” *Sustainability* 12, no. 8 (April 21, 2020): 3366. <https://doi.org/10.3390/su12083366>.
- Nipo, Debbra Toria, Jaratin Lily, Sidah Idris, Saizal Pinjaman, and Imbarine Bujang. “Human Development through the Lens of Digital Literacy.” *Business and Economic Research* 10, no. 3 (July 24, 2020): 203. <https://doi.org/10.5296/ber.v10i3.17183>.
- “[No Title Found].” *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, n.d.
- Park, Hyunsun, Sanghyun Kim, Moonjong Choi, and Jaesung Choi. “Human, Technical, and Organizational Drivers Affecting Sustainability of Content Firms through Management and Innovation Capability during COVID-19.” *Sustainability* 13, no. 12 (June 11, 2021): 6661. <https://doi.org/10.3390/su13126661>.
- Poradova, Monika. “Content Marketing Strategy and Its Impact on Customers under the Global Market Conditions.” Edited by T. Kliestik. *SHS Web of Conferences* 74 (2020): 01027. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20207401027>.
- Potočan, Vojko, Matjaž Mulej, and Zlatko Nedelko. “Society 5.0: Balancing of Industry 4.0, Economic Advancement and Social Problems.” *Kybernetes* 50, no. 3 (March 27, 2021): 794–811. <https://doi.org/10.1108/K-12-2019-0858>.

- Putra, I Kadek Jayendra Dwi, and Ni Ketut Pande Sarjani Sarjani. "FENOMENA LATAH SOSIAL DALAM PEMBUATAN KONTEN VISUAL DI ERA INDUSTRI KREATIF DIGITAL." *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL* 3, no. 01 (January 29, 2022): 9–15. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v3i01.1040>.
- Ramadhani, Syahri. "PIECES Framework Untuk Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Dan Kepentingan Sistem Informasi." *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika* 4, no. 2 (June 11, 2018). <https://doi.org/10.26905/jtmi.v4i2.2101>.
- Rieder, Bernhard, Erik Borra, Òscar Coromina, and Ariadna Matamoros-Fernández. "Making a Living in the Creator Economy: A Large-Scale Study of Linking on YouTube." *Social Media + Society* 9, no. 2 (April 2023): 20563051231180628. <https://doi.org/10.1177/20563051231180628>.
- Sá, Maria José, Ana Isabel Santos, Sandro Serpa, and Carlos Miguel Ferreira. "Digital Literacy in Digital Society 5.0: Some Challenges." *Academic Journal of Interdisciplinary Studies* 10, no. 2 (March 5, 2021): 1. <https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0033>.
- Santosa, Marcellina Carissa, Aristarchus Pranayama, and Ryan P. Sutanto. "Branding and Online Cataloging of CV. Galaxy Stone." *Kata* 25, no. 00 (March 20, 2023): 81–87. <https://doi.org/10.9744/kata.25.00.81-87>.
- Schram, Ryan. "The State of the Creator Economy." *Journal of Brand Strategy* 9, no. 2 (September 1, 2020): 152. <https://doi.org/10.69554/UPNR6543>.
- Sebelas Maret University, and Felixtian Teknowijoyo. "Relevansi Industri 4.0 Dan Society 5.0 Terhadap Pendidikan Di Indonesia." *Educatio* 16, no. 2 (January 1, 2022): 173–84. <https://doi.org/10.29408/edc.v16i2.4492>.
- Setiawan, Ahmad Budi. "A Study on the Potential of the Development of Software Applications and Digital Content Industrial Ecosystem in Indonesia." *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika* 10, no. 2 (December 28, 2020): 145. <https://doi.org/10.17933/jppi.2020.100205>.
- "Sociology-Society 50-and-Sustainability-Digital-Innovations-1939-4691-23-2-129.Pdf," n.d.
- Sugiono, Shiddiq. "Industri Konten Digital dalam Perspektif Society 5.0 Digital Content Industry in Society 5.0 Perspective" 22, no. 2 (n.d.).
- Surahman, Evi, Rustan Santaria, and Edi Indra Setiawan. "TANTANGAN PEMBELAJARAN DARING DI INDONESIA" 5 (2020).
- Tavares, Maria C, Graça Azevedo, and Rui P. Marques. "The Challenges and Opportunities of Era 5.0 for a More Humanistic and Sustainable Society— A Literature Review." *Societies* 12, no. 6 (October 26, 2022): 149. <https://doi.org/10.3390/soc12060149>.
- Thai, Hung Le, and Tran Thi Thu Huong. "Real-Time Assessment in Education Quality Management Support from Digital Teaching Platform." In *Proceedings of the 3rd International Conference on Research of Educational Administration and Management (ICREAM 2019)*. Bandung, Indonesia: Atlantis Press, 2020. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200130.144>.

- Trunfio, Mariapina, and Simona Rossi. "Conceptualising and Measuring Social Media Engagement: A Systematic Literature Review." *Italian Journal of Marketing* 2021, no. 3 (September 2021): 267–92. <https://doi.org/10.1007/s43039-021-00035-8>.
- Vieira, Rita, Patrícia Monteiro, Graça Azevedo, and Jonas Oliveira. "Society 5.0 and Education 5.0: A Critical Reflection." In *2023 18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, 1–6. Aveiro, Portugal: IEEE, 2023. <https://doi.org/10.23919/CISTI58278.2023.10211386>.
- Wu, Jiayi, Jiayi Xu, Yuhan Zhou, and Xiahui Zhu. "The Current Situation and Future Trend of the Platform Economy." Guangzhou, China, 2021. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.211209.027>.
- Wydyanto, Wydyanto, and Ridho Rafqi Ilhamalimy. "DETERMINATION OF TRUST AND PURCHASE DECISIONS: ANALYSIS OF BRAND IMAGE AND PRICE (MARKETING MANAGEMENT LITERATURE REVIEW)." *Dinasti International Journal of Management Science* 2, no. 3 (February 15, 2021): 506–16. <https://doi.org/10.31933/dijms.v2i3.745>.
- Yeung, Shirley Mo Ching. "Transformative Learning via Integrated Projects with Sustainable Development Goals and Innovations." *Corporate Governance and Sustainability Review* 7, no. 2 (2023): 29–37. <https://doi.org/10.22495/cgsrv7i2p3>.
- Yunita, Dessy, Welly Nailis, and Ahmad Nazaruddin. "The Effect of Social Media Users Behavior on Customer Engagement." In *Proceedings of the 5th Sriwijaya Economics, Accounting, and Business Conference (SEABC 2019)*. Palembang, Indonesia: Atlantis Press, 2020. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200520.009>.
- Yunus, Chrystian Dwi Putra, and Muhamad Bahrul Ulum. "PENGEMBANGAN APLIKASI PENJADWALAN KONTEN INSTAGRAM OTOMATIS BAGI PELAKU UMKM DENGAN FLUTTER FRAMEWORK." *JURNAL ILMIAH INFORMATIKA* 11, no. 02 (September 5, 2023): 196–205. <https://doi.org/10.33884/jif.v11i02.8038>.

## LAMPIRAN

### ***Lampiran 1: Pedoman Wawancara Penelitian***

#### **I. *Society 5.0***

##### *A. Problem Solving & Value Creation*

Untuk Konten Kreator:

1. Bagaimana anda mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi audiens atau konsumen digital? Bagaimana anda menciptakan nilai bagi mereka?
2. Bagaimana anda mengukur keberhasilan dalam menciptakan nilai bagi audiens melalui konten digital yang anda buat?
3. Menurut anda, keterampilan apa saja yang paling dibutuhkan oleh para pelaku konten kreator dalam menghadapi tantangan *problem solving* dan *value creation*

Untuk Audiens/konsumen konten digital:

1. Apa yang anda harapkan dari konten digital yang dibuat oleh para pelaku konten kreator? Informasi, hiburan atau inspirasi?
2. Apa saran atau masukan anda untuk para pelaku konten kreator agar dapat menciptakan nilai yang lebih baik bagi audiens?

Untuk Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo:

1. Bagaimana peran Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo dalam mendukung pengembangan industri konten digital di daerah?
2. Bagaimana Dinas Komunikasi dan Informasi mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku industri konten digital di Kota Palopo?
3. Apa saja potensi dan peluang pengembangan industri konten digital yang dapat dimanfaatkan oleh Kota Palopo untuk menciptakan nilai bagi masyarakat?

##### *a. Diversity*

Untuk Konten Kreator:

1. Bagaimana anda memastikan bahwa konten yang anda buat dapat mewakili dan menjangkau audiens dari berbagai latar belakang (usia, gender, etnis, budaya dll)?
2. Apa manfaat yang anda rasakan dengan adanya *diversitas* di dalam proses kreatif pembuatan konten? Bagaimana hal itu mempengaruhi kualitas konten yang dihasilkan?
3. Apa tantangan atau hambatan yang anda hadapi dalam mewujudkan *diversitas* dalam industri konten digital? Bagaimana anda mengatasi tantangan tersebut?

Untuk Audiens/konsumen:

1. Konten seperti apa yang anda anggap dapat merefleksikan keberagaman latar belakang dan pengalaman audiens?
2. Apa saran atau masukan anda untuk para pelaku industri konten digital agar dapat lebih mendorong *diversitas* dan inklusi dalam pembuatan konten?

Untuk Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo:

1. Bagaimana pandangan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo mengenai pentingnya menjunjung prinsip keberagaman (*diversity*) dalam pembangunan industri konten digital di daerah?
2. Bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo memfasilitasi dan mendukung partisipasi dari konten krator konten digital dengan latar belakang yang beragam (usia, jenis kelamin, etnis, budaya dll) di daerah?
3. Apa saja tantangan atau hambatan yang dihadapi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika kota Palopo dalam upaya mengimplementasikan prinsip *diversitas* di industri konten digital daerah? Bagaimana Dinas mengatasi tantangan tersebut?
4. Apa dampak positif yang dapat dihasilakn dari penerapan *diversitas* di industri konten digital lokal? Bagaimana Dinas memaksimalkan potensi tersebut?

b. *Decentralization*

Untuk Konten Kreator:

1. Sejauh mana anda merasa bebas dan leluasa dalam mengembangkan konten tanpa terikat pada satu platform atau sistem tertentu?
2. Bagaimana anda memanfaatkan berbagai peluang dari beragam platform untuk berkreasi dan berkolaborasi?
3. Apa saja kendala yang masih Anda temui terkait akses sumber daya digital dalam proses produksi konten?

Untuk Konsumen/Audiens:

1. Apa manfaat yang Anda rasakan sebagai konsumen dengan adanya desentralisasi di industri konten digital?
2. Menurut Anda, apa yang masih perlu ditingkatkan terkait akses dan distribusi konten kreatif yang lebih terbuka dan adil?

Untuk Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo:

1. Bagaimana Dinas Kominfo Kota Palopo melihat potensi dan peluang desentralisasi dalam pengembangan industri konten digital di daerah?
2. Apa upaya yang telah dilakukan oleh Dinas Kominfo Kota Palopo untuk mendorong kreator konten di daerah agar dapat berinovasi dan berkarya secara bebas?
3. Apa kendala yang dihadapi oleh Dinas Kominfo Kota Palopo dalam mendorong implementasi desentralisasi di industri konten digital dan bagaimana strategi mengatasinya?

*c. Resilience*

Untuk Konten Kreator:

1. Bagaimana Anda mengatasi tantangan dan kegagalan dalam proses berkarya? Strategi apa yang Anda gunakan untuk tetap termotivasi?
2. Seberapa penting *resilience* bagi Anda sebagai konten kreator? Bagaimana *resilience* membantu Anda menciptakan karya-karya terbaik?

Untuk Konsumen/Audiens:

1. Bagaimana Anda melihat kemampuan *resilience* para konten kreator? Apakah Anda merasa mereka dapat terus berkarya meski menghadapi berbagai rintangan?
2. Menurut Anda, apakah ruang berekspresi bagi konten kreator sudah cukup terbuka luas di masyarakat?

Untuk Dinas Komunikasi dan Informasi Kota Palopo

1. Bagaimana peran Dinas Kominfo dalam mendukung dan mengembangkan *resilience* pada konten kreator di Kota Palopo?
2. Menurut Anda, sejauh mana *resilience* konten kreator di Kota Palopo dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat?

*d. Sustainability and Environmental Harmony*

Untuk Konten Kreator:

1. Bagaimana Anda memastikan proses produksi konten Anda meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan? Apa saja strategi atau inisiatif yang Anda terapkan?
2. Seberapa penting *sustainability* dan *environmental harmony* bagi Anda sebagai konten kreator? Apa manfaat yang Anda rasakan?

Untuk Konsumen/Audiens:

1. Sejauh mana Anda memperhatikan aspek *sustainability* dan *environmental harmony* dalam konten digital yang Anda konsumsi? Apakah ini menjadi faktor penting bagi Anda?
2. Bagaimana Anda melihat upaya-upaya konten kreator dalam menjaga kelestarian lingkungan melalui konten mereka? Berikan contoh jika ada.

Untuk Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo:

1. Apa peran Dinas Kominfo dalam mendorong konten kreator di Kota Palopo untuk menerapkan prinsip *sustainability* dan *environmental harmony*?
2. Menurut Anda, sejauh mana konten digital yang berwawasan lingkungan dapat berkontribusi pada peningkatan kepedulian masyarakat Kota Palopo terhadap kelestarian alam?

## II. Industri Konten Digital

A. Jumlah Tayangan (*Page Views*)

1. Apa strategi atau inisiatif yang Anda lakukan untuk meningkatkan jumlah page views terhadap konten digital Anda?

B. Tingkat Keterlibatan (*Engagement Rate*)

1. Apa jenis interaksi (komentar, *like*, berbagi, dsb.) yang paling sering dilakukan oleh audiens Anda? Bagaimana Anda memanfaatkan wawasan ini?
2. Apa strategi atau inisiatif yang Anda lakukan untuk meningkatkan tingkat keterlibatan audiens dengan konten digital Anda?

C. Tingkat Konversi (*Conversion Rate*)

1. Apa tindakan yang Anda harapkan dari audiens setelah mereka melihat konten digital Anda (misalnya, mendaftar newsletter, mengisi formulir, melakukan pembelian)?
2. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat konversi audiens Anda (misalnya, desain halaman, penempatan CTA, kredibilitas brand, dll.)? Bagaimana Anda mengoptimalkan faktor-faktor tersebut?

D. Tingkat Retensi (*Retention Rate*)

1. Apa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat retensi audiens Anda (misalnya, kualitas konten, pengalaman pengguna, loyalitas brand, dll.)? Bagaimana Anda mengoptimalkan faktor-faktor tersebut?

E. ROI (*Return on Investment*)

1. Apa tujuan bisnis utama yang ingin Anda capai melalui konten digital Anda (misalnya, peningkatan penjualan, pengurangan biaya, peningkatan brand awareness)?
2. Konten atau kampanye mana yang memiliki ROI tertinggi dan terendah? Apa yang dapat Anda pelajari dari perbedaan tersebut?

F. Tingkat Pemberian Nilai (*Value Delivery*)

1. Bagaimana Anda mendefinisikan "nilai" dari konten digital Anda bagi audiens Anda? Apa kebutuhan, harapan, atau masalah yang coba Anda selesaikan?

2. Apa inisiatif atau strategi yang Anda lakukan untuk meningkatkan tingkat pemberian nilai konten digital Anda di masa mendatang?

G. Tingkat Dampak Branding

1. Bagaimana Anda merancang konten yang dapat membantu membangun dan meningkatkan kesadaran merek serta citra positif dari brand yang Anda wakili?

## **Lampiran 2: Manuskrip Wawancara Penelitian**

### **Manuskrip Wawancara Penelitian *Society 5.0***

#### **Pada DISKOMINFO Kota Palopo**

Nama : Zulfikar Arifin. S.E.

Jabatan/Profesi : Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo

Pendidikan : S1

Alamat : Palopo

1. Bagaimana peran Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo dalam mendukung pengembangan industri konten digital di daerah?

**Hasil Wawancara:** Saat ini, Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kota Palopo hanya berfokus pada literasi digital masyarakat, seperti menyampaikan etika dalam bermedia sosial dan membuat konten tentang program-program pemerintah. Mereka belum berfokus pada pengembangan konten kreator.

2. Bagaimana Dinas Komunikasi dan Informasi mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku industri konten digital di Kota Palopo?

**Hasil Wawancara:** Untuk mengetahui kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh konten kreator di Kota Palopo, kami pastinya memberikan kebebasan kepada mereka untuk menyampaikan aspirasi mereka. Dari situlah, kami bisa mengetahui apa saja kebutuhan dan tantangan yang mereka hadapi, sehingga kami dapat memberikan solusi terkait hal tersebut.

3. Apa saja potensi dan peluang pengembangan industri konten digital yang dapat dimanfaatkan oleh Kota Palopo untuk menciptakan nilai bagi masyarakat?

**Hasil Wawancara:** Potensi industri konten digital Kota Palopo cukup besar. Salah satunya adalah sumber daya manusia yang kreatif, yaitu para konten kreator itu sendiri. Selain itu, Kota Palopo juga memiliki beragam potensi

lokal serta pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif yang menjanjikan. Dengan adanya potensi-potensi tersebut, Kota Palopo dapat menciptakan nilai bagi masyarakat melalui peningkatan lapangan kerja dan kewirausahaan

4. Bagaimana pandangan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo mengenai pentingnya menjunjung prinsip keberagaman (diversity) dalam pembangunan industri konten digital di daerah?

**Hasil Wawancara:** Keberagaman sangat penting dalam pembangunan industri konten digital, dan ada beberapa alasan yang mendasari pandangan ini. Pertama, keberagaman akan mencerminkan kekayaan budaya lokal yang ada di masyarakat, sehingga konten yang dihasilkan tidak hanya sekedar informasi, tetapi juga mengandung nilai-nilai dan tradisi yang melekat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat membantu membangun identitas yang kuat dan keunikan konten, sehingga menarik perhatian audiens yang lebih luas. Selain itu, keberagaman juga mendorong munculnya berbagai perspektif dan ide kreatif yang dapat memperkaya narasi dalam konten, menjadikan lebih relevan dan menarik bagi berbagai kalangan. Dengan demikian, keberagaman berperan penting dalam menciptakan konten yang bermakna dan berdampak positif

5. Bagaimana Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo memfasilitasi dan mendukung partisipasi dari konten kreator konten digital dengan latar belakang yang beragam (usia, jenis kelamin, etnis, budaya dll) di daerah?

**Hasil Wawancara:** Saat ini, kami di Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) belum terlalu fokus pada pengembangan konten kreator. Namun, ke depannya kami akan menyediakan program pelatihan serta fasilitas yang dibutuhkan oleh konten kreator di Kota Palopo. Selain itu, kami juga tidak menutup kemungkinan untuk mengadakan kolaborasi ataupun kompetisi terkait konten digital di masa mendatang.

6. Apa saja tantangan atau hambatan yang dihadapi oleh Dinas Komunikasi dan Informatika kota Palopo dalam upaya mengimplementasikan prinsip

diversitas di industri konten digital daerah? Bagaimana Dinas mengatasi tantangan tersebut?

**Hasil Wawancara:** Tentunya terdapat banyak tantangan dalam mengembangkan industri konten digital di Kota Palopo. Hal ini dikarenakan Kota Palopo termasuk kota yang masih berkembang dan belum terlalu memperhatikan pengembangan konten kreatornya. Adapun hambatan yang dihadapi, antara lain keterbatasan infrastruktur digital, kesenjangan keterampilan digital yang masih banyak terjadi di Kota Palopo, serta kurangnya kesadaran dan motivasi masyarakat terhadap peluang menjadi konten kreator.

7. Apa dampak positif yang dapat dihasilkan dari penerapan diversitas di industri konten digital lokal? Bagaimana Dinas memaksimalkan potensi tersebut?

**Hasil Wawancara:** Penerapan prinsip keberagaman (diversitas) di Kota Palopo dapat memberikan banyak manfaat. Di antaranya, dapat meningkatkan representasi dan inklusi dari berbagai kelompok masyarakat. Hal ini akan membuat konten yang dihasilkan menjadi lebih relevan dan merefleksikan pengalaman masyarakat yang beragam. Selain itu, penerapan diversitas juga akan mendorong inovasi dan kreativitas masyarakat, serta memperkuat daya saing industri konten digital di daerah.

8. Bagaimana Dinas Kominfo Kota Palopo melihat potensi dan peluang desentralisasi dalam pengembangan industri konten digital di daerah?

**Hasil Wawancara:** Dengan adanya desentralisasi, peluang dan potensi dalam pengembangan industri konten digital di Kota Palopo akan semakin meningkat. Hal ini dikarenakan desentralisasi akan mendorong kreativitas lokal untuk berkembang. Kreativitas lokal ini dapat diwujudkan dalam bentuk konten digital yang khas dan unik, yang merefleksikan identitas dan kebudayaan daerah setempat.

9. Apa upaya yang telah dilakukan oleh Dinas Kominfo Kota Palopo untuk mendorong kreator konten di daerah agar dapat berinovasi dan berkarya secara bebas?

**Hasil Wawancara:** Saat ini, kami pernah bekerja sama dengan beberapa mahasiswa dan pelajar yang memiliki banyak pengikut di media sosial, dan memberikan mereka honor yang sesuai. Namun, untuk ke depannya, kami akan membangun sebuah infrastruktur digital yang akan menjadi wadah bagi para konten kreator maupun masyarakat. Melalui infrastruktur ini, kami akan membina mereka terkait literasi digital serta pengembangan ekosistem kreatif di Kota Palopo.

10. Apa kendala yang dihadapi oleh Dinas Kominfo Kota Palopo dalam mendorong implementasi desentralisasi di industri konten digital dan bagaimana strategi mengatasinya?

**Hasil Wawancara:** Terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam mengembangkan industri konten digital di Kota Palopo, seperti keterbatasan infrastruktur, kapasitas dan keterampilan konten kreator, akses permodalan, serta regulasi dan kebijakan yang belum optimal. Selain itu, koordinasi dan sinergi di antara pemangku kepentingan juga masih perlu ditingkatkan. Untuk mengatasi hal tersebut, kami akan menerapkan strategi yang komprehensif dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan terkait. Kami juga akan memastikan adanya dukungan yang berkesinambungan dari pemerintah, sehingga pengembangan industri konten digital di Kota Palopo dapat berjalan dengan baik.

11. Bagaimana peran Dinas Kominfo dalam mendukung dan mengembangkan resilience pada konten kreator di Kota Palopo?

**Hasil Wawancara:** Untuk mengembangkan ketahanan (resiliensi) pada konten kreator di Kota Palopo, tentunya harus dilakukan melalui beberapa cara. Pertama, kami akan memberikan pelatihan dan edukasi kepada konten kreator daerah guna mengembangkan kapasitas dan keterampilan mereka. Kedua, kami akan menghadirkan infrastruktur digital yang dibutuhkan untuk mendukung pengembangan industri konten digital di Kota Palopo. Melalui upaya-upaya tersebut, diharapkan konten kreator lokal dapat semakin tangguh dan mampu bersaing di era digital.

12. Menurut Anda, sejauh mana resilience konten kreator di Kota Palopo dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat?

**Hasil Wawancara:** Dampak positif dari peningkatan ketahanan (resiliensi) konten kreator di Kota Palopo adalah dapat mengembangkan ekonomi lokal di bidang ekonomi kreatif. Hal ini akan menciptakan lapangan kerja baru, yang pada akhirnya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan. Dengan demikian, pengembangan kapasitas konten kreator dan dukungan infrastruktur digital yang memadai akan memberikan manfaat yang signifikan bagi perekonomian Kota Palopo.

13. Apa peran Dinas Kominfo dalam mendorong konten kreator di Kota Palopo untuk menerapkan prinsip sustainability dan environmental harmony?

**Hasil Wawancara:** Untuk mendorong konten kreator di Kota Palopo agar menghasilkan konten yang kreatif dan berorientasi pada kelestarian lingkungan, kami akan menyediakan wadah yang akan mendukung mereka terkait konsep *sustainability dan environmental harmony*. Melalui edukasi tersebut, kami ingin menanamkan pemahaman akan pentingnya menjaga keselarasan antara aktivitas kreatif dan kelestarian lingkungan. Dengan demikian, konten yang dihasilkan oleh para konten kreator lokal tidak hanya inovatif, tetapi juga berwawasan lingkungan.

14. Menurut Anda, sejauh mana konten digital yang berwawasan lingkungan dapat berkontribusi pada peningkatan kepedulian masyarakat Kota Palopo terhadap kelestarian alam?

**Hasil Wawancara:** Dengan adanya konten digital saat ini, kita dapat lebih mudah menyampaikan informasi kepada masyarakat. Pesan-pesan lingkungan dapat lebih efektif disampaikan dan disebarluaskan di kalangan masyarakat melalui platform digital. Konten digital yang kreatif, interaktif, dan sesuai dengan preferensi masyarakat biasanya akan menarik perhatian dan keterlibatan masyarakat terhadap isu-isu lingkungan. Hal ini dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan di Kota Palopo.

### Lampiran 3: Manuskrip Wawancara Konten Kreator

| Nama Informan     | Jenis Konten        | Kode Informan  |
|-------------------|---------------------|----------------|
| Adinda Mutiara    | Review Makanan/Jasa | I <sub>1</sub> |
| Ryan Saputra Jaya | Sketsa Komedi       | I <sub>2</sub> |
| Noviana Sari      | <i>Daily Life</i>   | I <sub>3</sub> |

| <b>Pertanyaan 1</b>  |  |
|--|--|
| Bagaimana anda mengidentifikasi kebutuhan dan preferensi audiens atau konsumen digital? Bagaimana anda menciptakan nilai bagi mereka?                    |  |
| I <sub>1</sub>   | Dengan memperhatikan tren saat ini, kemudian usahakan untuk membuat video atau konten yang singkat, karena penonton tidak menyukai hal yang berbelit-belit   |
| I <sub>2</sub>   | Konten yang saya buat biasanya berbentuk sketsa, dengan cerita yang terinspirasi dari kejadian-kejadian viral terkini atau ide saya sendiri. Sketsa tersebut saya rancang agar dapat menghibur audiens. Tidak jarang, saya juga meminta saran untuk ide konten yang baik untuk dibuat ke depannya. Selain itu, saya selalu berusaha aktif merespons komentar-komentar yang mendukung postingan saya, sehingga secara tidak langsung dapat membangun suatu komunitas. |
| I <sub>3</sub>   | Biasanya, audiens saya suka ketika saya me-review suatu produk dan juga membuat konten traveling. Hal ini menjadi nilai tambah bagi saya, sehingga saya dapat memperbanyak konten-konten yang serupa.  |
| <b>Pertanyaan 2</b>  |  |
| Bagaimana anda mengukur keberhasilan dalam menciptakan nilai bagi audiens melalui konten digital yang anda buat?   |  |
| I <sub>1</sub>   | menurut saya, komentar dan like tidak begitu terpengaruh, tetapi yang saya perhatikan adalah jumlah interaksi dan insight.   |
| I <sub>2</sub>   | Saya menilai keberhasilan dari segi keterlibatan audiens, seperti jumlah like, komentar, dan berbagi, serta meningkatnya retensi audiens. Selain itu, banyaknya brand yang ingin bekerjasama dengan saya juga menjadi indikator keberhasilan.  |
| I <sub>3</sub>   |  |
| <b>Pertanyaan 3</b>  |  |
| Menurut anda, keterampilan apa saja yang paling dibutuhkan oleh para pelaku konten kreator dalam menghadapi tantangan problem solving dan value creation |  |
| I <sub>1</sub>   | Kemampuan public speaking harus dimiliki, meskipun banyak konten kreator yang viral karena gaya bicara yang unik, namun menurut saya public speaking merupakan kemampuan dasar yang harus dimiliki setiap konten kreator agar  |

|  |  |
|--|--|
|  | dapat lebih percaya diri.  |
| I <sub>2</sub>   | Menurut saya, keterampilan yang harus dimiliki adalah kemampuan berpikir kreatif, public speaking yang baik, serta pemahaman dan penguasaan teknologi yang terus diasah.   |
| I <sub>3</sub>   | Menurut saya, hal yang paling utama adalah kemampuan public speaking dan cara kita berkreasi dalam membuat konten-konten yang sesuai dengan preferensi audiens kita  |
| <b>Pertanyaan 4</b><br>Bagaimana anda memastikan bahwa konten yang anda buat dapat mewakili dan menjangkau audiens dari berbagai latar belakang (usia, gender, etnis, budaya dll)?             |  |
| I <sub>1</sub>   | Saya tidak terlalu memperhatikan hal tersebut karena konten yang saya buat biasanya juga bergantung pada klien yang menggunakan jasa saya untuk mempromosikan produk atau jasa mereka  |
| I <sub>2</sub>   | Dalam pembuatan konten, saya selalu memantau umpan balik yang diberikan oleh audiens. Hal ini membantu saya untuk lebih memperhatikan aspek-aspek seperti penambahan subtitle pada bahasa-bahasa yang tidak semua orang pahami, pada pembuatan konten selanjutnya. |
| I <sub>3</sub>   | Sebelumnya, saya belum terlalu memerhatikan aspek ini dalam pembuatan konten. Namun, sebisa mungkin saya berusaha membuat subtitle untuk konten saya, agar maksud dan pesan yang ingin saya sampaikan dapat tersampaikan dengan jelas.                             |
| <b>Pertanyaan 5</b><br>Apa manfaat yang anda rasakan dengan adanya <i>diversitas</i> di dalam proses kreatif pembuatan konten? Bagaimana hal itu mempengaruhi kualitas konten yang dihasilkan? |  |
| I <sub>1</sub>   | Untuk diversitas, saya belum dapat merasakan dampak yang signifikan karena konten yang saya buat dapat dinikmati oleh seluruh kalangan.  |
| I <sub>2</sub>   | Dengan adanya diversitas, saya sering berkolaborasi dengan teman-teman yang memiliki latar belakang berbeda, baik itu budaya, usia, gender, dan lain-lain. Hal ini memungkinkan kami menghasilkan konten yang dapat dinikmati oleh banyak orang                    |
| I <sub>3</sub>   | Dengan adanya diversitas konten, maka peluang untuk berkolaborasi dengan kreator konten lain menjadi lebih banyak. Pastinya, jika digabungkan, konten yang dihasilkan akan lebih berwarna dan kaya   |
| <b>Pertanyaan 6</b><br>hambatan dan tantangan yang anda hadapi dalam mewujudkan diversitas dalam industri konten digital? Bagaimana anda mengatasi tantangan tersebut                          |  |
| I <sub>1</sub>   | Untuk masalah diversitas, saya tidak terlalu memikirkannya karena konten yang saya buat sekauh ini tidak menyinggung isu, etnis, gender, agama, atau perbedaan lainnya. Yang menjadi fokus saya adalah pada kualitas konten dan wawasan yang disampaikan           |
| I <sub>2</sub>   | Dalam mewujudkan diversitas, tentunya terdapat tantangan-tantangan. Salah  |

|  |   |
|--|---|
|  | satu tantangan yang pernah saya hadapi adalah kurangnya kesadaran masyarakat di Kota Palopo terkait peluang yang ada dalam industri ini, sehingga masyarakat dengan ciri khas lain belum sepenuhnya terlibat dalam menciptakan diversitas   |
| I <sub>3</sub>   | Untuk diversitas konten, saya belum terlalu fokus ke arah itu. Jika ada hambatan, mungkin lebih karena saya sendiri yang terkadang suka menunda-nunda dalam membuat konten.   |
| <b>Pertanyaan 7</b><br>Sejauh mana anda merasa bebas dan leluasa dalam mengembangkan konten tanpa terikat pada satu platform atau sistem tertentu? |   |
| I <sub>1</sub>   | Kehadiran berbagai platform yang mengakomodasi kreator konten, seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan lain-lain, sangat bermanfaat bagi saya. Banyaknya pilihan platform ini memungkinkan untuk lebih berkreasi dan mengeksplorasi lebih banyak peluang. Hal ini membuat konten yang saya buat juga dapat bervariasi sesuai dengan karakteristik masing-masing platform, dengan memperhatikan kebiasaan konsumen di setiap platform tersebut. Misalnya, di TikTok, penonton cenderung lebih menyukai konten yang bercerita tentang pengalaman pribadi saya, sementara di Instagram, audiens saya lebih tertarik dengan konten lain yang saya buat. Fleksibilitas beradaptasi dengan preferensi pengguna di setiap platform membuka banyak peluang bagi saya untuk mengembangkan kreativitas dan menjangkau audiens yang lebih luas. |
| I <sub>2</sub>   | Menjadi konten kreator memang memberikan kebebasan untuk berkreasi sesuai dengan kemampuan. Pekerjaan kami juga lebih fleksibel dan mengharuskan kami untuk selalu beradaptasi dengan berbagai situasi  |
| I <sub>3</sub>   | Dengan adanya diversitas konten, saya merasa lebih bebas untuk bereksplorasi dan memanfaatkan berbagai peluang yang ada. Selain itu, saya juga menjadi lebih kreatif dan mudah beradaptasi terhadap perkembangan teknologi saat ini   |
| <b>Pertanyaan 8</b><br>bagaimana anda memanfaatkan berbagai peluang dari beragam platform untuk berkreasi dan berkolaborasi                        |   |
| I <sub>1</sub>   | Dengan hadirnya berbagai platform, saya selaku konten kreator sangat terbantu dengan hal tersebut. Saya dan teman-teman konten kreator Palopo juga beberapa kali memanfaatkan hal tersebut dengan mengadakan kolaborasi, seperti pembuatan film yang bekerjasama juga dengan pemerintah di Kota Palopo, serta video-video singkat untuk menghibur audiens.  |
| I <sub>2</sub>   | Dengan tersedianya berbagai platform yang mendukung, saya memiliki lebih banyak keleluasaan untuk mengembangkan konten. Selain itu, hal ini juga menjadi peluang besar bagi saya untuk berkolaborasi dengan konten kreator lain maupun pihak-pihak tertentu   |
| I <sub>3</sub>   | Dengan hadirnya berbagai platform digital saat ini, saya selaku konten kreator  |

|   |   |
|---|---|
|   | <p>merasa sangat terbantu. Saya dan teman-teman konten kreator di Palopo juga seringkali memanfaatkan hal tersebut dengan mengadakan kolaborasi dan mengembangkan ide-ide.</p>  |
| <p><b>Pertanyaan 9</b><br/>apa saja kendala yang anda temui terkait akses sumber daya digital dalam produksi konten?</p>  |   |
| I <sub>1</sub>  | <p>Dalam hal sumber daya digital, saya sebagai konten kreator menghadapi beberapa kendala, yaitu terbatasnya kemampuan editing dan aplikasi yang tersedia. Latar belakang pendidikan saya yang tidak sesuai membuat saya merasa bingung saat melakukan proses editing, sehingga harus belajar ulang. Selain itu, aplikasi editing yang baik seringkali membutuhkan langganan berbayar, sehingga menimbulkan biaya tambahan untuk dapat membuat konten berkualitas. Oleh karena itu, kami sebagai konten kreator di Palopo berharap pemerintah dapat menyediakan wadah seperti workshop atau pelatihan terkait editing dan penggunaan aplikasi, sehingga kami dapat lebih maksimal dalam memproduksi konten.</p> |
| I <sub>2</sub>  | <p>Kendala yang saya alami terkait akses digital adalah kurangnya pemahaman saya terhadap aplikasi-aplikasi yang dapat membantu dalam pekerjaan saya</p>  |
| I <sub>3</sub>  | <p>Dalam pembuatan konten, kendala yang sering saya hadapi adalah kurang pahamiannya saya terhadap fitur-fitur editing yang saya gunakan. Hal-hal semacam itu masih menjadi tantangan bagi saya</p>   |
| <p><b>Pertanyaan 10</b><br/>bagaimana anda mengatasi tantangan dan kegagalan dalam proses berkarya? Strategi apa yang anda gunakan untuk tetap termotivasi?</p> |   |
| I <sub>1</sub>  | <p>Pada awal saya membuat konten, banyak yang mempertanyakan dan menghakimi tujuan saya. Namun, saya tidak menanggapi hal tersebut, dan hanya fokus pada upaya untuk membuat konten yang semakin berkualitas setiap waktu. Meskipun ada komentar negatif, saya juga melihat banyak komentar positif dari audiens yang terus menantikan konten saya selanjutnya. Hal ini memotivasi saya untuk tetap berkarya dan tidak terpancing oleh penilaian negatif.</p>   |
| I <sub>2</sub>  | <p>Sejauh ini, jika saya merasa konten yang saya buat kurang berhasil, saya akan menerima hal tersebut dan berusaha mencari tahu apa yang kurang. Selanjutnya, saya akan memperbaiki kekurangan-kekurangan tersebut untuk membuat konten yang lebih baik di kemudian hari.</p>  |
| I <sub>3</sub>  | <p>Dalam berkarya, terkadang saya mengalami kesulitan untuk mendapatkan ide. Namun, untuk mengatasi hal tersebut, saya bergabung dengan sebuah komunitas konten kreator di Palopo dan sering melakukan kolaborasi. Seiring berjalannya waktu, ide-ide baru pun bermunculan dengan sendirinya.</p>   |
| <p><b>Pertanyaan 11</b></p>   |   |

|  |   |
|--|---|
| <p>seberapa penting <i>resilience</i> bagi anda sebagai konten kreator? Bagaimana <i>resilience</i> membantu anda menciptakan karya-karya terbaik?</p>   |   |
| I <sub>1</sub>   | <p>Ketangguhan merupakan aspek yang sangat penting bagi seorang konten kreator. Menjadi seseorang yang lebih terlihat dibandingkan orang lain tidaklah mudah, apalagi ketika telah menjangkau audiens yang lebih luas. Berbagai macam feedback, termasuk komentar negatif mungkin akan diterima. Namun, hal tersebut tidak bisa dijadikan patokan bahwa konten kreator telah gagal. Konten kreator harus lebih tangguh dan menyikapi segala bentuk umpan balik dengan cara yang dewasa, tidak terpancing dan tetap fokus untuk terus berkarya dengan lebih baik</p> |
| I <sub>2</sub>   | <p>Dengan memiliki ketangguhan dalam diri sebagai konten kreator, kita dapat bangkit setiap kali menghadapi tantangan di industri ini, termasuk kritikan dari audiens maupun rasa malas yang kadang muncul dari dalam diri sendiri</p>  |
| I <sub>3</sub>   | <p>Dalam melakukan pekerjaan apa pun, kita harus memiliki ketangguhan untuk menghadapi segala tantangan. Contohnya, dalam menghadapi kritikan, kita harus tetap tangguh, meskipun kritikan tersebut terkesan menjatuhkan</p>  |
| <p><b>Pertanyaan 12</b><br/>           Bagaimana anda memastikan proses produksi konten anda meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan? Apa saja strategi atau inisiatif yang anda terapkan?</p> |   |
| I <sub>1</sub>   | <p>Dalam proses pembuatan konten, saya selalu memperhatikan dan menjaga kebersihan lokasi pengambilan konten. Saya tidak akan meninggalkan lokasi tersebut jika masih terdapat kotoran atau sampah sisa aktivitas saya.</p>   |
| I <sub>2</sub>   | <p>Dalam proses pembuatan konten, saya selalu berusaha menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan sekitar tempat saya membuat konten. Selain itu, saya juga menghindari penggunaan properti yang dapat merusak lingkungan.</p>   |
| I <sub>3</sub>   | <p>Tentunya, dalam membuat konten, kita perlu meminimalisasi penggunaan properti yang berpotensi merusak alam, seperti penggunaan kertas yang berlebihan. Selain itu, jika membuat konten traveling, kita juga harus memastikan agar tidak meninggalkan jejak sampah di tempat tersebut</p>   |
| <p><b>Pertanyaan 13</b><br/>           seberapa penting sustainability dan environmental harmony bagi anda sebagai konten kreator? Apakah manfaat yang anda rasakan?</p>                               |   |
| I <sub>1</sub>   | <p>Dengan adanya komitmen terhadap sustainability dan environmental harmony pada konten kreator ini, telah membuka peluang bagi saya untuk berkolaborasi dan memberikan apresiasi terhadap konten-konten saya</p>   |
| I <sub>2</sub>   | <p>Menurut saya, menjaga kelestarian lingkungan saat ini sangat penting karena menyangkut masa depan yang tidak pasti. Dengan memaksimalkan upaya konservasi lingkungan saat ini, kita dapat menjamin keberlanjutan masa depan kita dan lingkungan di sekitar kita</p>  |
| I <sub>3</sub>   | <p>Hal ini tentu sangat penting. Sebagai konten kreator, kita juga harus memikirkan dampak jangka panjangnya. Meskipun konten saya tidak secara langsung mengajak audiens untuk menjaga alam, setidaknya konten tersebut juga tidak mengajak audiens untuk merusak alam</p>   |

**Lampiran 4: Manuskrip Wawancara Masyarakat/Audiens**

| <b>Nama Informan</b> | <b>Pekerjaan</b> | <b>Kode Informan</b> |
|----------------------|------------------|----------------------|
| Nur Jannah           | Ibu rumah tangga | I <sub>1</sub>       |
| Corah Paintu         | Wirusaha         | I <sub>2</sub>       |

| <b>Pertanyaan 1</b>  |   |
|--|---|
| Apa yang anda harapkan dari konten digital yang dibuat oleh para pelaku konten kreator? Informasi, hiburan atau inspirasi? |   |
| I <sub>1</sub>   | hiburan dan tentunya informasi yang berguna   |
| I <sub>2</sub>   | Sebaiknya, konten kreator di Kota Palopo lebih memperbanyak konten yang tidak hanya memberikan informasi bagi konsumen, tetapi juga dikemas dengan konsep yang dapat menghibur audiens. Dengan memadukan unsur informatif dan hiburan dalam konten, diharapkan pesan-pesan yang ingin disampaikan dapat lebih menarik perhatian dan melekat di benak masyarakat. Pendekatan ini dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan keterlibatan audiens, khususnya terkait isu-isu penting seperti lingkungan   |
| <b>Pertanyaan 2</b>  |   |
| Apa saran atau masukan anda untuk para pelaku konten kreator agar dapat menciptakan niai yang lebih baik bagi audiens?     |   |
| I <sub>1</sub>   | Saran saya, konten kreator di Kota Palopo sebaiknya tidak hanya membuat konten hiburan saja, tetapi juga konten yang dapat mengedukasi masyarakat. Mereka dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk membuat konten-konten yang bertujuan mensosialisasikan berbagai program dan kebijakan pemerintah. Selain itu, konten kreator juga perlu menghindari hanya mengejar endorsement semata, melainkan harus fokus pada konten yang memiliki nilai edukasi dan manfaat bagi masyarakat. Dengan demikian, peran konten kreator dapat lebih optimal dalam mendukung pembangunan di Kota Palopo. |
| I <sub>2</sub>   | Saran dari saya, konten kreator di Kota Palopo sebaiknya lebih meningkatkan kualitas kontennya. Selain itu, mereka juga perlu memperhatikan preferensi konsumen atau audiens. Akan lebih baik jika konten kreator tidak sekedar mengikuti tren-tren yang tidak sesuai dengan nilai-nilai baik, hanya demi mengejar peningkatan jumlah pengikut (followers) dan jumlah suka (like). Konten yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan audiens akan lebih efektif dalam menyampaikan pesan-pesan positif, tanpa harus mengorbankan integritas konten kreator  |
| <b>Pertanyaan 3</b>  |   |
| Konten seperti apa yang anda anggap dapat merefleksikan keberagaman latar belakang dan pengalaman audiens?                 |   |
| I <sub>1</sub>   | Dari pengamatan saya, konten kreator di Kota Palopo sudah merefleksikan latar belakang audiens mereka dalam beberapa hal. Misalnya, penggunaan bahasa yang sesuai dengan dialek dan budaya daerah setempat. Selain itu,   |

|  |   |
|--|---|
|  | mereka juga biasanya menyertakan subtitle di setiap kontennya, agar orang luar daerah juga dapat memahami isi pesan yang disampaikan. Upaya-upaya ini menunjukkan kepekaan konten kreator terhadap kebutuhan dan preferensi audiens lokal. Hal ini dapat menjadi kekuatan dalam membangun koneksi yang lebih erat dengan masyarakat Kota Palopo   |
| I <sub>2</sub>   | Saya lebih condong pada konten kreator yang menyajikan konten-konten informatif, namun dikemas dengan cara yang kreatif. Dengan pendekatan ini, sebagai audiens, kita tidak hanya mendapatkan informasi, tetapi juga dapat menikmati hiburan. Konten yang memadukan unsur informatif dan hiburan secara seimbang akan lebih menarik minat dan perhatian masyarakat. Format konten yang demikian dapat menjadi strategi efektif untuk menyampaikan pesan-pesan penting, seperti isu-isu terkait lingkungan, tanpa terkesan membosankan. Hal ini dapat mendorong keterlibatan audiens secara lebih aktif  |
| <b>Pertanyaan 4</b><br>Apa saran atau masukan anda untuk para pelaku industri konten digital agar dapat lebih mendorong diversitas dan inklusi dalam pembuatan konten? |   |
| I <sub>1</sub>   | Saran saya, konten kreator di Kota Palopo sebaiknya memperbanyak kolaborasi dengan konten kreator dari daerah lain. Kolaborasi antar konten kreator dapat memberikan perspektif dan pendekatan yang lebih beragam dalam menghasilkan konten. Hal ini dapat memperkaya konten yang dihasilkan dan menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya di Kota Palopo, tetapi juga di daerah lain. Selain itu, kolaborasi juga dapat membuka peluang untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan best practices dalam menciptakan konten yang efektif untuk menyampaikan pesan-pesan penting kepada masyarakat.  |
| I <sub>2</sub>   | Konten kreator di Kota Palopo sebaiknya lebih memperhatikan preferensi audiens dan meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan audiens secara lebih mendalam, konten kreator dapat menciptakan konten yang lebih relevan dan menarik bagi masyarakat. Selain itu, peningkatan kualitas konten, baik dari segi visual, narasi, maupun informasi yang disajikan, akan membuat konten lebih profesional dan dapat memberikan nilai tambah bagi audiens. Upaya-upaya ini dapat membantu konten kreator di Kota Palopo untuk membangun keterlibatan yang lebih baik dengan masyarakat serta menyampaikan pesan-pesan yang lebih efektif. |
| <b>Pertanyaan 5</b><br>Apa manfaat yang Anda rasakan sebagai konsumen dengan adanya desentralisasi di industri konten digital?   |   |
| I <sub>1</sub>   | Dengan adanya disentralisasi, kita sebagai konsumen memiliki lebih banyak pilihan yang lebih beragam. Disentralisasi telah membuka kesempatan bagi konten kreator dari berbagai daerah untuk memproduksi dan menyajikan konten mereka secara langsung kepada audiens. Hal ini memberikan konsumen akses yang semakin luas terhadap konten-konten yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan masing-masing. Konsumen tidak lagi   |

|   |   |
|---|---|
|   | terbatas pada konten lokal saja, tetapi dapat menjangkau konten dari berbagai daerah dan latar belakang. Dengan semakin banyaknya pilihan yang tersedia, konsumen dapat memilih konten yang paling menarik, informatif, dan sesuai dengan minat mereka  |
| I <sub>2</sub>  | Dengan semakin banyaknya pilihan konten yang tersedia akibat disentralisasi, hal ini sangat membantu terutama dalam mendapatkan informasi. Informasi yang didapatkan menjadi lebih cepat, luas, dan akurat. Konsumen tidak lagi terbatas pada sumber-sumber informasi lokal saja, tetapi dapat menjangkau berbagai sumber informasi dari berbagai daerah. Hal ini memungkinkan konsumen untuk mendapatkan perspektif yang lebih beragam dan komprehensif terkait suatu isu atau topik. Selain itu, kecepatan penyebaran informasi juga semakin meningkat, sehingga konsumen dapat memperoleh informasi terkini dengan lebih cepat. Pada akhirnya, konsumen dapat membuat keputusan yang lebih baik berdasarkan informasi yang lebih lengkap dan terpercaya.   |
| <b>Pertanyaan 6</b><br>Menurut Anda, apa yang masih perlu ditingkatkan terkait akses dan distribusi konten kreatif yang lebih terbuka dan adil? |   |
| I <sub>1</sub>  | Untuk mendukung disentralisasi konten dan memaksimalkan manfaatnya bagi konsumen, tentunya infrastruktur teknologi harus terus ditingkatkan. Selain itu, kerangka hukum dan regulasi yang mendukung industri konten juga menjadi hal penting yang harus diperhatikan. Perkuatan infrastruktur teknologi, seperti peningkatan aksesibilitas internet, kecepatan transmisi data, dan ketersediaan perangkat yang terjangkau, akan memastikan konsumen dapat mengakses berbagai konten dengan lancar dan tanpa hambatan. Di sisi lain, kerangka hukum dan regulasi yang adaptif dan kondusif bagi industri konten akan menciptakan lingkungan yang mendorong inovasi, melindungi hak cipta, serta menjamin keamanan dan privasi konsumen. Integrasi antara komponen teknologi dan kerangka regulasi yang kuat akan menjadi fondasi yang kokoh bagi disentralisasi konten yang berkelanjutan. |
| I <sub>2</sub>  | Tentunya, untuk mendukung disentralisasi konten, diperlukan adanya dukungan regulasi dari pemerintah yang membantu konten kreator lokal dalam mendistribusikan karya mereka. Regulasi yang kondusif dapat mencakup insentif, kemudahan perizinan, dan perlindungan hak kekayaan intelektual bagi konten kreator lokal. Hal ini akan memberikan ruang bagi mereka untuk berkarya dan menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga regional maupun nasional. Dengan adanya dukungan regulasi yang memfasilitasi distribusi konten kreator lokal, maka konsumen akan memiliki akses yang lebih mudah dan beragam terhadap konten-konten berkualitas yang diproduksi di daerah mereka. Kolaborasi erat antara pemerintah, konten kreator, serta platform distribusi digital akan menjadi   |

|   |   |
|---|---|
|   | kunci untuk mewujudkan ekosistem disentralisasi konten yang sehat dan berkembang.   |
| <b>Pertanyaan 7</b><br>Bagaimana Anda melihat kemampuan resilience para konten kreator? Apakah Anda merasa mereka dapat terus berkarya meski menghadapi berbagai rintangan? |   |
| I <sub>1</sub>  | Berdasarkan pengamatan, konten kreator di Kota Palopo masih berada dalam tahap perkembangan. Masyarakat Kota Palopo cenderung lebih sering mengonsumsi konten-konten dari kreator di luar daerah daripada konten lokal. Meskipun demikian, semangat dan ketekunan konten kreator Palopo untuk terus berkarya tidak luntur. Saya yakin, untuk ke depannya, konten kreator Palopo akan semakin tangguh dalam menghadapi berbagai tantangan guna dapat bersaing dengan konten kreator dari luar daerah. Dengan dukungan yang tepat, baik dari segi regulasi, infrastruktur, maupun pembinaan, konten kreator Palopo memiliki potensi untuk terus meningkatkan kualitas dan jangkauan konten mereka. Upaya-upaya tersebut dapat mendorong masyarakat Palopo untuk lebih menghargai dan mengonsumsi konten-konten lokal, sehingga ekosistem konten kreator di Kota Palopo dapat berkembang lebih kuat di masa mendatang. |
| I <sub>2</sub>  | Industri konten kreator di Kota Palopo memang masih berkembang, namun para kreator di sana tampak gigih dan berkomitmen untuk terus berkarya meskipun menghadapi berbagai kendala. Meskipun belum mendapat perhatian maksimal dari pemerintah daerah, mereka tetap berinisiatif untuk terjun dan berkontribusi di bidang ini. Semangat dan keyakinan kuat para konten kreator Palopo untuk terus maju menunjukkan potensi yang baik untuk perkembangan industri kreatif di daerah tersebut. Ke depan, diharapkan pemerintah dapat memberikan dukungan yang lebih memadai agar industri konten di Kota Palopo dapat tumbuh dengan lebih optimal.   |
| <b>Pertanyaan 8</b><br>Menurut Anda, apakah ruang berekspresi bagi konten kreator sudah cukup terbuka luas di masyarakat?   |   |
| I <sub>1</sub>  | Untuk Kota Palopo sendiri, saya rasa kondisinya belum sepenuhnya siap. Masih terdapat persepsi sosial dan budaya yang belum terbuka sepenuhnya terhadap industri konten kreator. Masyarakat di Kota Palopo masih memiliki stigma dan keengganan yang cukup kuat terhadap profesi konten kreator. Mereka lebih cenderung mengedepankan tradisi dan budaya lokal yang sudah mengakar. Hal ini dapat menjadi tantangan tersendiri bagi konten kreator Palopo untuk dapat diterima dan didukung oleh masyarakat setempat. Pergeseran mindset dan pemahaman masyarakat akan pentingnya industri konten perlu dilakukan secara bertahap. Edukasi, sosialisasi, serta keterlibatan pemimpin daerah dan tokoh masyarakat akan sangat membantu dalam   |

|  |  |
|--|--|
|  | <p>mengikis stigma negatif tersebut. Selain itu, konten kreator Palopo juga perlu berhati-hati dalam menyeimbangkan elemen tradisional dan inovasi dalam karya mereka agar dapat diterima dengan baik. Upaya kolaboratif antara konten kreator, pemerintah daerah, dan masyarakat akan menjadi kunci untuk mengembangkan industri konten di Kota Palopo secara berkelanjutan.</p>  |
| I <sub>2</sub>   | <p>Menurut pandangan saya, ruang untuk berekspresi bagi konten kreator memang cukup luas. Namun, dalam berkreasi, mereka juga perlu menjaga dan melestarikan nilai-nilai tradisional yang saat ini masih dijaga oleh masyarakat. Desentralisasi konten memberikan kebebasan bagi kreator untuk mengeksplorasi ide-ide baru dan bereksperimen dengan gaya yang inovatif. Akan tetapi, konten-konten yang dihasilkan sebaiknya tetap mengedepankan kearifan lokal dan budaya daerah. Keseimbangan antara ekspresi kreatif dan pelestarian nilai-nilai tradisional akan menjadi kunci agar konten kreator Palopo dapat diterima dengan baik oleh masyarakat setempat, sekaligus menarik audiens yang lebih luas. Dengan demikian, konten kreator Palopo tidak hanya dapat berkembang, tetapi juga dapat berkontribusi dalam menjaga warisan budaya daerah mereka.</p>   |
| <p><b>Pertanyaan 9</b><br/>Sejauh mana Anda memperhatikan aspek sustainability dan environmental harmony dalam konten digital yang Anda konsumsi? Apakah ini menjadi faktor penting bagi Anda?</p> |  |
| I <sub>1</sub>   | <p>Saya sendiri tidak terlalu memperhatikan aspek tersebut secara mendalam, karena biasanya saya menonton konten hanya untuk tujuan hiburan semata. Namun, saya memahami bahwa hal itu perlu menjadi perhatian yang lebih serius. Untuk konteks Kota Palopo, saya menilai bahwa konten kreator di daerah tersebut masih menjunjung tinggi nilai-nilai adab dan norma sosial yang berlaku. Mereka cenderung menjaga kesesuaian konten dengan budaya dan tradisi masyarakat setempat. Oleh karena itu, menurut saya tidak perlu ada kekhawatiran berlebih terkait dampak negatif yang mungkin ditimbulkan oleh konten kreator Palopo.</p>  |
| I <sub>2</sub>   | <p>Tentunya, aspek ini sangat penting untuk diperhatikan. Audiens biasanya akan terpengaruh dan bahkan terdoktrin oleh apa yang menjadi konsumsi mereka, baik itu berupa informasi maupun hiburan. Konten yang dikonsumsi secara terus-menerus dapat membentuk persepsi, pola pikir, dan perilaku audiens. Oleh karena itu, tanggung jawab konten kreator menjadi sangat krusial dalam menciptakan konten yang bukan hanya menarik, tetapi juga bermanfaat dan sesuai dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat. Konten yang bertanggung jawab tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga dapat memberikan edukasi, inspirasi, dan pengaruh positif bagi audiens. Konten kreator harus memahami dampak yang dapat ditimbulkan oleh karya mereka, baik secara langsung maupun tidak langsung. Upaya untuk menjaga kualitas dan menyeimbangkan unsur hiburan dan edukasi dalam konten akan sangat membantu audiens untuk mendapatkan konsumsi konten yang sehat dan</p> |

|  |  |
|--|--|
|  | bermanfaat. Dengan demikian, aspek ini menjadi sangat penting untuk dipertimbangkan oleh para konten kreator dalam menghasilkan karya-karya mereka.  |
| <b>Pertanyaan 10</b><br>Bagaimana Anda melihat upaya-upaya konten kreator dalam menjaga kelestarian lingkungan melalui konten mereka? Berikan contoh jika ada. |  |
| I <sub>1</sub>   | Berdasarkan pengamatan saya, dalam konten-konten yang mereka buat, saya tidak menemukan adanya kegiatan yang secara nyata mengancam kelestarian lingkungan. Oleh karena itu, saya rasa tidak perlu adanya kekhawatiran berlebih terkait dampak negatif konten kreator terhadap lingkungan di Kota Palopo. Konten kreator di Kota Palopo tampaknya telah cukup bijak dalam memperhatikan isu-isu lingkungan dalam proses berkreasi mereka. Mereka berusaha menjaga agar konten yang dihasilkan tidak mengandung unsur-unsur yang dapat merusak atau mencemari lingkungan.   |
| I <sub>2</sub>   | Berdasarkan pengamatan saya, tidak semua konten kreator memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kelestarian lingkungan. Ada beberapa di antaranya yang justru cenderung mengikuti tren-tren yang dapat berdampak buruk bagi lingkungan. Namun, di sisi lain, juga terdapat konten kreator yang cukup peduli dan berusaha menyampaikan pesan-pesan lingkungan dalam konten mereka. Dalam hal ini, peran pemerintah daerah menjadi sangat penting untuk dapat membuat regulasi yang dapat menjadi bahan refleksi dan pedoman bagi para konten kreator. Regulasi tersebut dapat mencakup standar-standar terkait tanggungjawab lingkungan yang harus diperhatikan dalam proses produksi konten, seperti penggunaan material yang ramah lingkungan, pengelolaan limbah, atau penyampaian konten-konten edukasi lingkungan |

**Lampiran 5: Dokumentasi wawancara penelitian**



Wawancara bersama Zulfikar Arifin. S.E., selaku Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Palopo

Wawancara bersama Adinda, Ryan, dan Noviana selaku konten kreator Kota Palopo



Wawancara bersama Ibu Nur Jannah dan Corah Paintu selaku masyarakat dan audiens konten kreator Kota Palopo.



## Riwayat Hidup



**Putri**, teman-teman dekat biasa memanggilnya Yang Mulia, lahir di kabupaten Luwu Utara, kecamatan Masamba Provinsi Sulawesi Selatan pada tanggal 05 Februari 2003, penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Seorang ayah

bernama Saso dan Ibu bernama Masrifa. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2014 di SDN 098 Pongo, SMPN 6 Masamba dan SMAN 8 Luwu Utara hingga tahun 2020. Selepas SMA penulis melanjutkan pendidikan tinggi untuk menggeluti ilmu bisnis di jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Palopo. Selama kuliah penulis juga aktif dalam organisasi baik dalam skala kampus seperti KSEI SEA, KSPM GIS, dan skala regional seperti FosSEI SulSelBarTra dan Maluku. Selama kuliah penulis juga aktif mengikuti perlombaan baik dalam skala kampus, Nasional maupun Internasional dan meraih berbagai prestasi salah satunya adalah 2<sup>nd</sup> Runner Up IOSIE 2023 di Surakarta. Penulis juga menjadi finalis LKTI Temilnas 2022 di Jogja dan masih banyak lagi.

Contact person penulis: [helloputri23@gmail.com](mailto:helloputri23@gmail.com)