

TRANSFORMASI TEKNIS PRODUKSI KONTEN DIGITAL DI ERA MEDIA BARU

Zaskia Amanda¹

¹Fakultas Produksi Media, Institut Seni Indonesia Padang Panjang, Padang Panjang, Indonesia

Submitted: June, 2026, **Revised:** August, 2026, **Accepted:** August, 2026, **Published:** August, 2026

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has fundamentally changed the landscape of media production. This study examines the technical transformation in digital content production within the new media era, focusing on how practitioners adapt their workflows, tools, and competencies in response to the shift from conventional to platform-based media systems. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through in-depth interviews with thirteen informants consisting of ten digital content creators and three media practitioners in Indonesia. The findings indicate that technical transformation in content production is not merely a matter of tool adoption but also involves a restructuring of production roles, a compression of the production cycle, and the emergence of hybrid competencies that blend journalistic, technical, and creative skills. Platforms such as YouTube, TikTok, and Instagram have become the primary staging grounds for this transformation, demanding real-time responsiveness and data-driven content strategies. Furthermore, algorithmic gatekeeping has emerged as a defining force that shapes the technical decisions of content producers, compelling creators to develop platform intelligence as a core competency. This study contributes to a broader understanding of how new media ecosystems reshape the technical and organizational dimensions of content production, and opens discussions about the sustainability, quality, and future directions of digital content production in the Indonesian media landscape.

Keywords : digital content production, new media, technical transformation, content creator, media platform, algorithmic gateke

Correspondence: Salju Syavana, Institut Seni Indonesia Padang Panjang, Jl. Bahder Joham, Padang Panjang, Sumatera Barat 27128. Email: Saljussyavana193@gmail.com

To cite this article (APA Style):

Amanda, Zaskia. (2026). Transformasi Teknis Produksi Konten Digital Di Era Media Baru. *Spectrum*. 1(1), 31-44.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).

PENDAHULUAN

Kalau kita bicara soal dunia media dalam satu dekade terakhir, rasanya tidak berlebihan kalau dikatakan bahwa perubahan yang terjadi begitu dramatis. Bukan hanya dari sisi distribusi atau konsumsi konten, tapi juga dari sisi produksi itu sendiri. Cara orang membuat berita, video, podcast, atau bahkan tulisan panjang sekarang sudah sangat berbeda dibandingkan awal 2000-an, ketika televisi dan koran masih mendominasi lanskap media. Transformasi ini bukan datang tiba-tiba, melainkan merupakan akumulasi dari berbagai perubahan teknologi yang saling berkaitan satu sama lain.

Istilah "media baru" sendiri sebetulnya sudah muncul sejak akhir 1990-an, namun relevansinya justru semakin terasa di era sekarang. Secara konseptual, media baru merujuk pada bentuk-bentuk komunikasi berbasis digital yang memungkinkan interaktivitas, konvergensi, dan personalisasi konten secara masif (Lister et al., 2009). Media baru tidak bisa dilepaskan dari kemunculan internet, digitalisasi, dan yang paling penting: munculnya platform-platform distribusi konten yang memungkinkan siapa saja menjadi produsen sekaligus distributor informasi. YouTube berdiri sejak 2005, Facebook hadir lebih awal, lalu Instagram, Twitter, hingga TikTok yang meledak belakangan ini. Semua platform ini bukan sekadar tempat berbagi, tapi sudah berubah menjadi ekosistem produksi tersendiri dengan logika, aturan, dan standar teknisnya masing-masing.

Perubahan ini tentu saja membawa dampak yang cukup besar terhadap sisi teknis produksi konten. Dulu, untuk memproduksi sebuah program berita televisi misalnya, dibutuhkan tim yang terdiri dari reporter, kameraman, editor, hingga sutradara. Peralatan yang digunakan pun besar dan mahal, serta hanya dimiliki oleh lembaga-lembaga media besar dengan modal yang tidak sedikit. Tapi sekarang, seorang kreator konten sendirian bisa merekam, mengedit, dan mengunggah video dalam hitungan jam menggunakan smartphone dan laptop. Ini adalah perubahan yang tidak bisa dianggap sepele karena menyentuh struktur dasar dari cara industri media beroperasi.

Yang menarik, transformasi teknis ini tidak hadir dalam ruang hampa. Ia datang bersamaan dengan perubahan besar dalam perilaku konsumsi media masyarakat. Audiens yang dulu bersifat pasif kini menjadi aktif dan partisipatif. Mereka tidak lagi hanya menonton, membaca, atau mendengarkan, tapi juga berkomentar, berbagi, bahkan menciptakan konten tandingan. Jenkins (2006) menyebut fenomena ini sebagai "convergence culture" di mana batas antara produsen dan konsumen media menjadi semakin kabur. Dalam konteks ilmiah transformasi teknis produksi konten harus dipahami, bukan semata sebagai urusan perangkat dan teknologi, tapi sebagai bagian dari pergeseran budaya yang lebih besar.

Menariknya, transformasi teknis ini tidak datang tanpa konsekuensi. Di satu sisi, hambatan masuk ke dunia produksi konten memang semakin rendah. Tapi di sisi lain, tuntutan terhadap kualitas teknis, kecepatan produksi, dan kemampuan beradaptasi dengan algoritma platform justru semakin tinggi. Para kreator konten dan praktisi media dituntut untuk terus memperbarui keterampilan mereka, mulai dari penguasaan software editing terbaru, pemahaman tentang format video vertikal dan horizontal, hingga kemampuan membaca data analitik untuk menentukan strategi konten yang lebih efektif.

Fenomena ini yang kemudian mendorong untuk mencoba memahami lebih dalam: bagaimana sebenarnya transformasi teknis itu berlangsung di lapangan? Apa saja yang berubah secara konkret dalam proses produksi konten digital? Dan bagaimana para pelakunya, baik kreator independen maupun praktisi media institusional, menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut? Pertanyaan-pertanyaan ini tidak hanya relevan dari perspektif akademik, tapi juga penting secara praktis bagi mereka yang ingin memahami atau terjun ke industri media digital.

Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa transformasi teknis dalam produksi konten digital bukan hanya soal perangkat keras atau perangkat lunak, melainkan juga menyentuh dimensi yang lebih dalam seperti perubahan peran, restrukturisasi alur kerja, dan pembentukan kompetensi baru. Lebih jauh dari itu, transformasi ini juga bersinggungan dengan pertanyaan-pertanyaan tentang keberlanjutan, kualitas, dan identitas profesional dalam industri media yang terus berubah. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang bagaimana era media baru membentuk ulang praktik produksi konten secara teknis.

Secara lebih spesifik, tujuan penelitian ini adalah: pertama, mengidentifikasi perubahan-perubahan teknis utama yang terjadi dalam proses produksi konten digital; kedua, memahami bagaimana para kreator dan praktisi media beradaptasi terhadap perubahan tersebut; dan ketiga, menganalisis implikasi dari transformasi teknis ini terhadap kompetensi, alur kerja, dan ekosistem produksi konten digital secara keseluruhan. Ketiga tujuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan kajian komunikasi dan media di Indonesia, khususnya dalam konteks media digital yang terus berkembang pesat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yang dipilih karena dianggap paling sesuai untuk menggali pengalaman dan perspektif para pelaku industri secara mendalam. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk tidak sekadar mengukur atau menghitung, tapi juga memahami makna di balik fenomena yang diteliti, dalam hal ini adalah transformasi teknis dalam produksi konten digital (Creswell, 2014). Sifat dari fenomena yang diteliti, yakni pengalaman

subjektif para kreator dan praktisi dalam menghadapi perubahan teknis, memang lebih cocok didekati dengan cara ini dibandingkan dengan pendekatan kuantitatif yang cenderung lebih reduksionis.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam (in-depth interview) yang dilakukan terhadap tiga belas informan. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yakni pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Kriteria yang ditetapkan meliputi: pertama, aktif memproduksi konten digital selama minimal dua tahun; kedua, pernah bekerja atau masih bekerja di lingkungan media konvensional atau digital; dan ketiga, memiliki pemahaman langsung tentang perubahan teknis dalam proses produksi konten. Kriteria ini dirancang agar informan yang terpilih benar-benar memiliki pengalaman yang relevan dan dapat memberikan data yang kaya dan substantif.

Dari tiga belas informan tersebut, sepuluh di antaranya adalah kreator konten independen yang aktif di platform YouTube, TikTok, atau Instagram, sementara tiga lainnya adalah praktisi media yang bekerja di lembaga media arus utama yang telah bertransisi ke platform digital. Rentang pengalaman kerja mereka berkisar antara dua hingga dua belas tahun, sehingga memberikan variasi perspektif yang cukup kaya. Dari segi bidang konten, informan mencakup kreator di bidang edukasi, hiburan, gaya hidup, teknologi, dan jurnalisme digital.

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, artinya peneliti menyiapkan panduan pertanyaan tapi tetap memberikan ruang bagi informan untuk mengembangkan jawaban mereka secara lebih bebas. Pendekatan semi-terstruktur ini dipilih karena memungkinkan fleksibilitas dalam menggali isu-isu yang muncul secara spontan selama wawancara, yang seringkali justru menghasilkan data yang paling kaya dan tidak terduga. Beberapa tema pokok yang dijelajahi dalam wawancara meliputi: perubahan alat produksi yang dirasakan, adaptasi alur kerja dari waktu ke waktu, tantangan teknis yang dihadapi, pengalaman berinteraksi dengan logika algoritma platform, serta pandangan mereka tentang arah perkembangan produksi konten ke depan.

Proses wawancara berlangsung antara empat puluh lima menit hingga satu jam setengah per informan, dan dilakukan secara daring maupun tatap muka tergantung kesediaan dan domisili informan. Seluruh sesi wawancara direkam dengan izin informan dan kemudian ditranskrip secara verbatim untuk memastikan tidak ada data yang terlewat atau terdistorsi dalam proses analisis.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik sebagaimana dikembangkan oleh Braun dan Clarke (2006). Proses analisis dimulai dari pembacaan transkrip wawancara secara berulang untuk mendapatkan gambaran menyeluruh, kemudian dilanjutkan dengan pemberian kode pada segmen-segmen data yang relevan, pengelompokan kode ke dalam tema-tema

yang lebih besar, dan akhirnya interpretasi terhadap tema-tema tersebut dalam konteks pertanyaan penelitian. Proses ini dilakukan secara iteratif, artinya peneliti terus kembali ke data mentah untuk memverifikasi dan menyempurnakan interpretasi yang dihasilkan.

Untuk menjaga validitas data, peneliti melakukan beberapa langkah triangulasi. Pertama, triangulasi sumber dengan membandingkan informasi dari berbagai informan yang berbeda latar belakangnya. Kedua, triangulasi metode dengan melengkapi data wawancara melalui observasi tidak langsung terhadap konten-konten yang diproduksi oleh para informan, termasuk memperhatikan aspek teknis seperti kualitas audio-visual, format, dan pola produksi yang terlihat dari konten mereka. Ketiga, member checking dilakukan pada empat informan kunci untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan apa yang dimaksudkan oleh informan.

HASIL DAN ANALISIS

HASIL

1. Pergeseran Ekosistem Alat Produksi

Salah satu temuan paling mencolok dari penelitian ini adalah betapa dramatisnya perubahan yang terjadi dalam hal peralatan produksi. Hampir semua informan menyatakan bahwa mereka mengalami pergeseran signifikan dari penggunaan peralatan profesional berukuran besar ke perangkat yang jauh lebih ringkas dan terjangkau, tanpa harus mengorbankan kualitas secara berarti. Pergeseran ini bukan terjadi dalam semalam, melainkan merupakan proses bertahap yang berlangsung seiring dengan perkembangan teknologi konsumen yang semakin canggih.

"Dulu waktu masih kerja di stasiun TV, kamera yang kita pakai beratnya bisa sampai lima kilogram. Sekarang saya bisa produksi konten yang jauh lebih fleksibel hanya dengan mirrorless dan mikrofon clip-on," ungkap salah satu informan yang sebelumnya bekerja sebagai kameraman di salah satu stasiun berita nasional. Pernyataan ini menggambarkan betapa pergeseran alat produksi bukan hanya soal ukuran fisik, tapi juga soal cara pandang terhadap proses produksi itu sendiri. Fleksibilitas dan mobilitas kini menjadi nilai yang sama pentingnya dengan kualitas teknis.

Di sisi software, hampir semua kreator konten yang diwawancarai menggunakan aplikasi editing berbasis komputer seperti Adobe Premiere Pro, DaVinci Resolve, atau CapCut. Yang terakhir ini menarik karena awalnya dirancang sebagai aplikasi mobile tapi kini hadir dalam versi desktop yang cukup canggih dan diminati oleh banyak kreator muda. Beberapa kreator yang lebih berpengalaman juga menyebut penggunaan After Effects untuk motion graphics, atau Audacity dan Adobe Audition untuk pengolahan audio. Pilihan software ini sangat bergantung pada jenis konten yang diproduksi dan tingkat kerumitan pasca-produksi yang dibutuhkan.

Yang menarik, beberapa kreator yang lebih muda justru memulai perjalanan editing mereka langsung dari aplikasi mobile, dan baru kemudian beralih ke software desktop seiring dengan meningkatnya skala produksi mereka. Ini menunjukkan bahwa jalur masuk ke dunia produksi konten digital semakin beragam dan tidak lagi harus mengikuti pola konvensional yang dimulai dari pelatihan formal atau lembaga pendidikan media.

Fenomena ini mengonfirmasi apa yang disebut oleh Flew (2021) sebagai "demokratisasi alat produksi," di mana hambatan teknis dan finansial untuk masuk ke dunia produksi media terus menyusut. Namun demokratisasi ini tidak berarti bahwa semua orang bisa langsung memproduksi konten berkualitas tinggi tanpa usaha. Justru dari sini muncul paradoks baru: alat yang semakin mudah diakses ternyata diikuti oleh ekspektasi kualitas yang juga semakin tinggi dari para penonton. Audiens yang sudah terbiasa dengan konten berkualitas tinggi akan semakin kritis terhadap masalah teknis seperti suara yang tidak jernih, pencahayaan yang buruk, atau editing yang kasar.

Dari sisi perangkat keras, smartphone kini memainkan peran yang sangat sentral dalam ekosistem produksi konten digital. Beberapa informan bahkan menyatakan bahwa mereka menggunakan smartphone sebagai perangkat utama produksi, bukan hanya sebagai perangkat pendukung. Kamera smartphone generasi terbaru sudah mampu merekam dalam resolusi 4K dengan stabilisasi gambar yang baik, sehingga hasilnya tidak kalah dengan kamera semi-profesional untuk sebagian besar kebutuhan konten digital. Selain itu, smartphone juga memungkinkan workflow yang lebih terintegrasi karena proses perekaman, editing ringan, dan pengunggahan bisa dilakukan dalam satu perangkat yang sama.

Pergeseran ekosistem alat ini juga berdampak pada aspek ekonomi produksi. Biaya modal awal untuk memulai produksi konten digital menjadi jauh lebih rendah dibandingkan dua puluh tahun lalu. Ini membuka peluang bagi individu dan kelompok yang sebelumnya tidak memiliki akses ke industri media untuk turut berpartisipasi sebagai produsen konten. Di sisi lain, rendahnya biaya masuk ini juga berarti persaingan yang semakin ketat, karena semakin banyak orang yang bisa dan memang memproduksi konten.

2. Restrukturisasi Alur Kerja Produksi

Selain perubahan pada alat, transformasi yang tidak kalah penting terjadi pada alur kerja atau workflow produksi. Dalam model produksi media konvensional, proses produksi umumnya mengikuti struktur yang cukup ketat dan linear: pra-produksi (riset, skrip, persiapan teknis), produksi (pengambilan gambar dan suara), dan pasca-produksi (editing, mixing, color grading, mastering). Ketiga tahap ini biasanya dikerjakan oleh tim yang berbeda dengan spesialisasi masing-masing dan jadwal yang relatif terpisah satu sama lain.

Namun dalam ekosistem media baru, struktur ini mengalami kompresi yang cukup signifikan. Banyak kreator konten yang diwawancarai mengaku mengerjakan seluruh tahapan produksi secara mandiri atau dengan tim yang sangat kecil, seringkali hanya satu atau dua orang. Proses yang dulu membutuhkan waktu berhari-hari kini bisa diselesaikan dalam hitungan jam. "Saya biasanya riset pagi, rekam siang, edit sore, upload malam. Itu sudah jadi ritme saya sehari-hari," tutur salah satu kreator konten di bidang edukasi yang memiliki lebih dari dua ratus ribu subscriber di YouTube.

Kompresi alur kerja ini memiliki implikasi yang cukup luas. Di satu sisi, ia memungkinkan konten diproduksi dan didistribusikan dengan sangat cepat, yang sangat sesuai dengan tuntutan platform digital yang menghargai konsistensi dan frekuensi upload. Di sisi lain, ia juga menimbulkan tekanan baru berupa kelelahan kronis dan potensi penurunan kualitas produksi akibat terbatasnya waktu untuk setiap tahap. Beberapa informan menyebut bahwa mereka terkadang terpaksa mengorbankan kesempurnaan teknis demi memenuhi jadwal upload yang sudah ditentukan.

Selain itu, muncul juga fenomena yang bisa disebut sebagai "produksi iteratif," di mana kreator tidak lagi memperlakukan setiap konten sebagai karya final yang sempurna, melainkan sebagai iterasi dalam proses pembelajaran yang berkelanjutan. Data dari platform, seperti jumlah views, watch time, click-through rate, dan komentar, menjadi masukan yang secara aktif digunakan untuk menyempurnakan konten berikutnya. Pendekatan ini sangat berbeda dari produksi media konvensional yang cenderung lebih hierarkis dan kurang responsif terhadap umpan balik audiens secara langsung dan real-time.

Temuan ini sejalan dengan argumen Manovich (2001) bahwa logika media baru ditandai oleh modularitas dan variabilitas, di mana konten bisa terus dimodifikasi dan disesuaikan secara berkelanjutan. Dalam konteks produksi konten digital, prinsip ini termanifestasikan dalam praktik produksi iteratif yang dilakukan oleh para kreator. Mereka tidak bekerja menuju sebuah produk akhir yang tetap, melainkan terus bereksperimen dan beradaptasi berdasarkan respons audiens dan perubahan algoritma platform.

Satu hal menarik lainnya yang muncul dari wawancara adalah bagaimana beberapa kreator mengembangkan sistem batch production, yakni merekam beberapa konten sekaligus dalam satu sesi, kemudian mengedit dan mengunggahnya secara terjadwal. Sistem ini memungkinkan mereka menjaga konsistensi upload tanpa harus bekerja setiap hari. Ini adalah adaptasi kreatif terhadap tuntutan platform yang menunjukkan bahwa kreator tidak sekadar mengikuti aturan main yang ada, tapi juga aktif menciptakan strategi produksi yang lebih berkelanjutan bagi diri mereka sendiri.

3. Munculnya Kompetensi Hibrid

Salah satu temuan yang paling menarik dari penelitian ini adalah kemunculan apa yang peneliti sebut sebagai "kompetensi hibrid" dalam produksi konten digital. Para kreator dan praktisi media

yang berhasil beradaptasi dengan era media baru umumnya tidak lagi bisa dikategorikan secara tunggal sebagai jurnalis, videografer, desainer, atau analis data, karena mereka menguasai dan menjalankan semua peran tersebut secara simultan dalam satu proses produksi yang terintegrasi.

Kompetensi hibrid ini mencakup setidaknya empat dimensi yang saling berkaitan. Pertama, kompetensi teknis yang meliputi penguasaan alat perekaman, software editing, dan platform distribusi. Kedua, kompetensi naratif yang mencakup kemampuan bercerita, menulis skrip, dan membangun struktur konten yang menarik dan mudah dikonsumsi. Ketiga, kompetensi analitik yang berarti kemampuan membaca dan menginterpretasikan data dari platform untuk mengoptimalkan strategi konten ke depan. Dan keempat, kompetensi manajerial berupa kemampuan mengelola jadwal produksi, berkolaborasi dengan sponsor atau merek, membangun komunitas audiens, dan mengelola aspek bisnis dari aktivitas kreasi konten.

"Dulu kalau kita tanya orang mau jadi apa, jawabannya spesifik: mau jadi reporter, mau jadi editor, mau jadi sutradara. Sekarang batas-batas itu sudah banyak yang kabur. Saya sekarang harus bisa semuanya," ujar salah satu praktisi media yang telah bermigrasi dari televisi ke platform YouTube. Pernyataan ini mencerminkan realitas yang dirasakan oleh hampir seluruh informan dalam penelitian ini.

Kondisi ini tidak lepas dari struktur ekonomi produksi konten digital yang mendorong efisiensi. Berbeda dengan lembaga media konvensional yang punya anggaran besar untuk membayar tim spesialis, kreator independen harus mengelola produksi dengan sumber daya yang terbatas. Akibatnya, penguasaan multi-keterampilan menjadi bukan pilihan tapi keharusan. Namun yang perlu digarisbawahi adalah bahwa kemunculan kompetensi hibrid ini bukan semata-mata respons pasif terhadap keterbatasan ekonomi.

Beberapa informan justru menyatakan bahwa menguasai seluruh proses produksi dari hulu ke hilir memberi mereka kontrol kreatif yang jauh lebih besar dibandingkan ketika mereka bekerja dalam sistem yang terfragmentasi. "Ketika saya yang memegang kamera sekaligus yang edit, saya tahu persis gambar mana yang harus saya ambil karena saya sudah bayangin di kepala saya bagaimana nanti akan diedit," kata salah satu informan. Pengalaman ini menunjukkan bahwa kompetensi hibrid bisa menghasilkan sinergi kreatif yang tidak mungkin didapat dalam sistem produksi yang terlalu terkotak-kotak.

Dari perspektif pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia media, temuan ini memiliki implikasi yang cukup penting. Kurikulum pendidikan komunikasi dan jurnalistik yang masih berbasis pada spesialisasi sempit mungkin perlu ditinjau ulang untuk lebih mencerminkan realitas industri media digital yang menuntut kompetensi hibrid ini. Kemampuan untuk menjadi

seorang "one-person media house" yang bisa mengerjakan seluruh rantai produksi konten sendiri semakin menjadi kompetensi yang dicari dan dihargai dalam industri.

Meskipun begitu, penting untuk dicatat bahwa kompetensi hibrid ini bukan berarti semua spesialisasi menjadi tidak relevan. Kreator dan tim media yang ingin naik ke level berikutnya pada akhirnya tetap membutuhkan orang-orang dengan keahlian mendalam di bidang tertentu, misalnya editor profesional, desainer grafis, atau ahli SEO. Yang berubah adalah bagaimana spesialisasi ini diintegrasikan dalam konteks produksi yang lebih fleksibel dan kolaboratif.

4. Tekanan Algoritma dan Adaptasi Teknis

Faktor yang tidak bisa diabaikan dalam transformasi teknis produksi konten digital adalah peran algoritma platform. Algoritma YouTube, TikTok, Instagram, dan platform lainnya bukan hanya menentukan konten mana yang akan ditampilkan kepada audiens tertentu, tapi juga secara tidak langsung mendiktekan standar teknis yang harus dipenuhi oleh kreator agar konten mereka bisa menjangkau audiens yang lebih luas. Ini adalah dimensi teknis yang seringkali luput dari perhatian dalam diskusi tentang produksi konten, padahal dampaknya sangat nyata dalam praktik sehari-hari.

Algoritma TikTok misalnya, diketahui sangat mengutamakan konten dengan retention rate yang tinggi, artinya konten yang berhasil membuat penonton menonton hingga akhir atau bahkan mengulang tontonan. Ini berdampak langsung pada keputusan teknis produksi: kreator harus merancang hook yang kuat di tiga detik pertama, menghindari jeda yang terlalu panjang, dan memastikan pacing video tetap dinamis sepanjang durasi. Semua ini adalah keputusan teknis yang didorong oleh logika algoritma, bukan semata-mata oleh preferensi estetika kreator atau kebutuhan naratif konten.

Hal serupa terjadi di YouTube, di mana algoritma sangat mempertimbangkan click-through rate (CTR) dari thumbnail dan judul. Akibatnya, desain thumbnail menjadi salah satu kompetensi teknis yang sangat penting dan sering kali menentukan keberhasilan sebuah konten. Banyak kreator yang mengaku menghabiskan waktu yang hampir sama antara membuat thumbnail dengan mengedit video itu sendiri. "Thumbnail itu pintu masuk. Kalau pintunya jelek, orang tidak akan masuk meskipun isinya bagus," jelas salah satu informan dengan lugas.

Algoritma juga mempengaruhi keputusan teknis yang berkaitan dengan durasi konten. Beberapa informan yang aktif di YouTube menyebut bahwa mereka merasa "terpaksa" membuat video dengan durasi minimum sepuluh menit karena di atas durasi tersebut mereka bisa memasang lebih banyak iklan dan mendapatkan sinyal positif dari algoritma. Sementara itu, kreator TikTok justru berjuang untuk menyampaikan pesan yang sama efektifnya dalam durasi yang jauh lebih

pendek, seringkali di bawah satu menit. Perbedaan tuntutan durasi ini secara langsung mempengaruhi cara konten dirancang, difilmkan, dan diedit.

Temuan ini mengkonfirmasi bahwa dalam ekosistem media baru, teknis produksi tidak bisa dipisahkan dari pemahaman tentang cara kerja platform distribusi. Kreator yang tidak memahami logika algoritma cenderung kesulitan menjangkau audiens yang lebih luas, meskipun secara kualitas konten mereka tidak kalah. Ini menambahkan dimensi baru dalam konsep kompetensi teknis, yang kini harus mencakup pemahaman tentang platform intelligence, yakni kemampuan untuk membaca, menginterpretasikan, dan merespons sinyal-sinyal yang dikirimkan oleh algoritma melalui data analitik platform.

Dari perspektif teori komunikasi, fenomena ini bisa dipahami melalui kerangka gatekeeping yang dikemukakan oleh Shoemaker dan Vos (2009). Jika dulu gatekeeper adalah editor dan redaksi yang menentukan konten mana yang layak dipublikasikan, kini gatekeeper utama adalah algoritma platform yang menentukan konten mana yang akan dilihat oleh siapa. Transformasi ini memaksa para kreator untuk tidak hanya memahami prinsip-prinsip jurnalisme atau storytelling, tapi juga memahami cara kerja mesin kurasi digital yang menentukan jangkauan konten mereka.

Menariknya, beberapa kreator yang lebih berpengalaman justru mengambil sikap yang lebih kritis terhadap tekanan algoritma ini. Mereka memilih untuk tidak sepenuhnya mengikuti logika algoritma dan lebih berfokus pada membangun komunitas audiens yang loyal meskipun jumlahnya lebih kecil. Pendekatan ini menghasilkan model produksi yang berbeda, di mana kedalaman dan keotentikan konten lebih diutamakan daripada optimasi untuk jangkauan yang lebih luas. Keberagaman strategi ini menunjukkan bahwa respons terhadap tekanan algoritma tidak monolitik, dan kreator memiliki berbagai cara untuk bernegosiasi dengan logika platform.

5. Tantangan Keberlanjutan dan Kualitas Produksi

Di luar semua transformasi yang sudah disebutkan, penelitian ini juga menemukan bahwa era media baru membawa sejumlah tantangan serius yang berkaitan dengan keberlanjutan dan kualitas produksi konten. Tantangan-tantangan ini penting untuk dibahas karena seringkali luput dari narasi optimistik tentang demokratisasi media yang mendominasi diskusi publik tentang media digital.

Tantangan pertama adalah tekanan konsistensi yang hampir tidak mengenal jeda. Algoritma platform, terutama YouTube dan TikTok, sangat menyukai kreator yang upload secara konsisten dan teratur. Frekuensi upload yang tinggi dan konsisten dianggap sebagai sinyal positif oleh algoritma dan berkorelasi dengan jangkauan konten yang lebih luas. Ini menciptakan tekanan produksi yang konstan, di mana istirahat atau perlambatan pace upload bisa berdampak signifikan pada jangkauan konten bahkan dalam jangka pendek.

Beberapa informan mengaku mengalami kelelahan kronis atau burnout sebagai akibat dari tekanan ini. "Ada fase di mana saya buka aplikasi kamera dan rasanya muak. Muak rekam, muak edit, muak upload. Tapi saya tetap lakukan karena kalau berhenti, subscriber bisa turun dan algoritma bisa ninggalin saya," cerita salah satu informan dengan nada yang cukup berat. Pengalaman ini mencerminkan sisi gelap dari industri konten digital yang jarang dibicarakan secara terbuka.

Tantangan kedua berkaitan dengan standar kualitas editorial. Era media baru mendorong volume konten yang sangat tinggi dalam waktu singkat, dan ini berpotensi berbenturan dengan standar kualitas yang selama ini dijunjung dalam industri media konvensional. Beberapa informan yang memiliki latar belakang jurnalistik atau broadcasting menyatakan keprihatinan mereka terhadap penurunan standar verifikasi fakta dan kedalaman riset yang mereka amati, baik di platform secara umum maupun dalam praktik mereka sendiri ketika berada di bawah tekanan jadwal upload.

Meskipun begitu, penting untuk tidak membuat generalisasi yang terlalu luas. Sejumlah informan justru berhasil membangun audiens yang sangat loyal justru karena mereka mempertahankan standar kualitas yang tinggi, meskipun harus mengorbankan konsistensi frekuensi upload. Ini menunjukkan bahwa ada lebih dari satu cara untuk berhasil dalam ekosistem media baru, dan bahwa transformasi teknis tidak harus selalu mengarah pada penurunan kualitas jika dikelola dengan strategi yang tepat dan kesadaran yang kritis.

Tantangan ketiga adalah soal monetisasi dan keberlangsungan finansial jangka panjang. Meskipun platform seperti YouTube menyediakan program monetisasi dari iklan, pendapatan dari iklan saja umumnya tidak cukup untuk menghidupi seorang kreator secara berkelanjutan, terutama di tahap awal karir atau bagi kreator dengan ceruk audiens yang lebih kecil. Banyak kreator yang kemudian mengembangkan model pendapatan yang diversifikasi, mulai dari endorsement brand, affiliate marketing, merchandise, program keanggotaan berbayar, hingga berbagai jasa berbayar seperti kelas online, workshop, atau konsultasi.

Kompleksitas model bisnis ini menambahkan lapisan baru dalam transformasi teknis produksi konten digital. Seorang kreator tidak hanya harus mahir dalam aspek teknis produksi video atau audio, tapi juga harus memahami aspek bisnis dari kreasi konten, termasuk negosiasi dengan brand, manajemen kontrak, pengelolaan keuangan, dan strategi pengembangan bisnis jangka panjang. Ini kembali menegaskan betapa multi-dimensionalnya kompetensi yang dibutuhkan dalam industri konten digital saat ini.

6. Kolaborasi dan Ekosistem Kreasi Konten

Satu aspek yang cukup menarik namun seringkali kurang mendapat perhatian dalam diskusi tentang transformasi teknis produksi konten adalah dimensi kolaborasi. Meskipun gambaran kreator

sebagai individu yang bekerja sendirian di kamar dengan kamera dan laptop memang ada kebenarannya, kenyataannya ekosistem produksi konten digital jauh lebih bersifat jaringan dan kolaboratif dari yang tampak di permukaan.

Beberapa informan menyebut bahwa mereka secara rutin berkolaborasi dengan kreator lain, baik dalam bentuk konten kolaborasi yang melibatkan penampilan bersama, maupun dalam bentuk berbagi pengetahuan teknis, tips strategi platform, atau bahkan pinjam-meminjam peralatan. Komunitas kreator konten, baik yang terbentuk secara organik maupun yang difasilitasi oleh platform melalui program seperti YouTube Creator Academy, memainkan peran penting dalam difusi pengetahuan teknis di antara para kreator.

"Saya belajar cara bikin color grade yang bagus bukan dari kursus formal, tapi dari teman sesama kreator yang sharing di grup WhatsApp kami," ungkap salah satu informan. Pernyataan ini menunjukkan bahwa proses pembelajaran teknis dalam ekosistem kreator konten sangat bersifat *peer-to-peer* dan kontekstual, jauh berbeda dari pendidikan media formal yang lebih hierarkis dan terstruktur.

Selain kolaborasi antar kreator, ada juga dimensi kolaborasi antara kreator dengan brand atau lembaga lain. Hubungan ini sering kali tidak sekadar transaksional, melainkan juga mempengaruhi aspek teknis produksi konten. Beberapa kreator menyebut bahwa ketika bekerja sama dengan brand tertentu, mereka harus menyesuaikan standar teknis produksi mereka dengan panduan visual yang ditetapkan oleh brand tersebut. Ini menambahkan lapisan kompleksitas baru dalam proses produksi yang sudah cukup kompleks.

Dari perspektif yang lebih makro, ekosistem kolaboratif ini menunjukkan bahwa transformasi teknis dalam produksi konten digital bukan hanya fenomena individual, melainkan juga fenomena sosial dan komunal. Pengetahuan teknis tidak berkembang dalam isolasi, melainkan melalui pertukaran dan interaksi yang terus-menerus di antara berbagai aktor dalam ekosistem media digital. Ini adalah dinamika yang memperkaya sekaligus memperumit pemahaman kita tentang bagaimana transformasi teknis berlangsung di tingkat yang lebih luas.

KESIMPULAN

Transformasi teknis dalam produksi konten digital di era media baru adalah sebuah proses yang jauh lebih kompleks dari sekadar pergantian alat produksi atau adopsi teknologi baru. Penelitian ini menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi bersifat multidimensional: ia menyentuh aspek peralatan, alur kerja, kompetensi, dinamika algoritma, hingga cara kreator membangun relasi kolaboratif dalam ekosistem media digital yang terus berubah.

Dari sisi alat, terjadi demokratisasi yang memungkinkan individu dengan modal terbatas untuk memproduksi konten berkualitas tinggi. Pergeseran dari peralatan profesional berukuran besar ke perangkat ringkas berbasis konsumen telah membuka pintu bagi lebih banyak orang untuk berpartisipasi dalam industri konten. Namun demokratisasi ini juga membawa paradoks di mana ekspektasi kualitas dari audiens justru semakin meningkat seiring dengan semakin luasnya akses terhadap alat produksi.

Dari sisi alur kerja, terjadi kompresi dan iterasi yang menuntut fleksibilitas dan kecepatan adaptasi yang tinggi. Model produksi yang linear dan terfragmentasi digantikan oleh pendekatan yang lebih fluid dan responsif, di mana data analitik platform menjadi kompas yang menentukan arah konten berikutnya. Sementara itu, dari sisi kompetensi, muncul kebutuhan nyata terhadap kompetensi hibrid yang memadukan berbagai keterampilan yang sebelumnya dianggap terpisah dan menjadi domain spesialis yang berbeda-beda.

Dari sisi platform dan algoritma, ditemukan bahwa gatekeeper dalam ekosistem media baru bukan lagi redaksi atau editor, melainkan sistem algoritma yang menentukan visibilitas konten. Ini mendorong munculnya jenis kompetensi teknis baru yang berkaitan dengan platform intelligence, yakni kemampuan untuk memahami dan merespons logika algoritma secara strategis. Kondisi ini mengharuskan para kreator untuk tidak hanya mahir secara teknis dalam aspek produksi, tapi juga cerdas dalam membaca dan memanfaatkan ekosistem platform tempat mereka beroperasi.

Di sisi lain, penelitian ini juga mengungkap tantangan-tantangan yang tidak boleh diabaikan:

tekanan konsistensi yang mengakibatkan burnout, risiko penurunan kualitas editorial akibat tuntutan kecepatan produksi, serta kompleksitas model bisnis yang harus dikelola oleh kreator secara mandiri. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa transformasi teknis dalam produksi konten digital adalah fenomena yang membawa peluang sekaligus risiko yang perlu dikelola dengan bijak.

Bagi para akademisi, praktisi media, dan institusi pendidikan komunikasi, implikasi dari penelitian ini cukup signifikan. Kurikulum yang masih berbasis spesialisasi sempit perlu ditinjau ulang, pemahaman tentang platform dan algoritma perlu diintegrasikan ke dalam kurikulum media dan komunikasi, dan diskusi tentang kesehatan dan keberlanjutan para kreator konten perlu mendapat tempat yang lebih serius dalam kajian media digital.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu diakui. Jumlah informan yang relatif kecil dan fokus pada konteks Indonesia membatasi seberapa jauh temuan ini bisa digeneralisasikan ke konteks yang lebih luas. Penelitian lanjutan dengan cakupan yang lebih besar, baik dari segi jumlah informan, keragaman platform yang dikaji, maupun perbandingan lintas konteks budaya, akan sangat memperkaya pemahaman kita tentang fenomena transformasi teknis dalam produksi konten digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adornato, A. C. (2018). *Mobile and Social Media Journalism: A Practical Guide for Multimedia Journalism*. SAGE Publications.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Briggs, M. (2012). *Journalism Next: A Practical Guide to Digital Reporting and Publishing* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online Video and Participatory Culture* (2nd ed.). Polity Press.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Flew, T. (2021). *Regulating Platforms*. Polity Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. NYU Press.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New Media: A Critical Introduction* (2nd ed.). Routledge.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.
- Pavlik, J. V., & McIntosh, S. (2019). *Converging Media: A New Introduction to Mass Communication* (6th ed.). Oxford University Press.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. P. (2009). *Gatekeeping Theory*. Routledge.
- Syaputri, M. D., & Rahayu, N. (2022). Transformasi Media Konvensional ke Media Digital: Studi pada Redaksi Media Arus Utama Indonesia. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(1), 45–61.
- Wijaya, B. S. (2020). Literasi Digital dan Produksi Konten: Tantangan Kreator di Era Platform. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 103–118.
- Witschge, T., Anderson, C. W., Domingo, D., & Hermida, A. (Eds.). (2016). *The SAGE Handbook of Digital Journalism*. SAGE Publications.