

# Content Creator Hindu

Rasanya baru saja kita membicarakan revolusi industri 4.0. Kita, khususnya di Indonesia begitu mengelu-elukan era itu sebagai titik balik hidup yang dirembesi modernitas. Namun sejak 2019 lalu, eforia itu telah berganti wajah menjadi Society 5.0. Era ini hadir sebagai resolusi atas resolusi industri 4.0 yang dianggap terlalu mengagungkan teknologi dan menihilkan peran manusia. Semacam dehumanisasi.

Memang, pada revolusi 4.0 dianggap lebih dominan diterapkannya teknologi modern berupa *fiber technology* dan *integrated network* dengan tujuan menyokong setiap gerak ekonomi dari produksi menuju konsumsi. Nirkedatangan manusia coba diatasi pada Society 5.0 dengan jabatan teknologi dan manusia yang memungkinkan keduanya hidup berdampingan. Era ini ditandai pesatnya laju *information and communication technology* (ICT) dengan pengaruh yang amat drastis bagi masyarakat dan industri. Pendek alasan, Society 5.0 lebih diarahkan untuk membangun peradaban manusia dan masyarakat melalui ICT.

Perkembangan ICT, terutama melalui berbagai platform media sosial, telah lama dipikirkan Robert T. Kiyosaki dalam salah satu buku terkenalnya, *Rich Dad, Poor Dad* (1997). Dalam



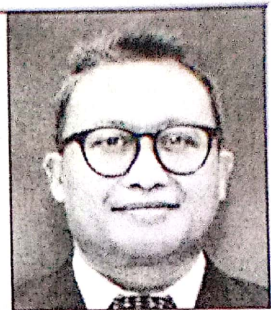
karya ini, ia seperti bersikukuh dengan menganggap bahwa kesuksesan hidup di masa depan bahkan mungkin akan menjadi standar sangat ditentukan oleh pendidikan, penguasaan teknologi informasi, dan *networking*. Penguasaan teknologi informasi dapat diluaskan maknanya menjadi ICT dan *networking* sebagai manifestasi publikasi, marketing dan jejaring. Lalu, media sosial yang seolah mendominasi tiap inchi kehidupan kita di masa kini telah melunasi dua pikiran Kiyosaki itu: ICT dan *networking*.

Seturut dengan Kiyosaki, Rheinald Kasali mengimajinasi-

kan mekarnya peradaban manusia yang berpadu padan dengan kecanggihan ICT telah mengubah wajah kehidupan dari yang konvensional dan tradisional menuju digitalisasi. Dalam bukunya, *The Great Shifting* (2018), Kasali menyebutkan hampir seluruh isi dunia nyata telah berpindah ke dunia maya. Dunia mengalami perubahan besar-besaran yang disebut Kasali sebagai *Disruption* (2017).

Pendapat para ahli tersebut mengisyaratkan adanya medium yang dapat memperantarai keinginan manusia untuk diartikulasikan melalui dunia *online* dan digital. Sayangnya, tidak semua dari kita, sebagaimana yang hendak dilingkarkan Society 5.0, memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mengisinya sebagai *content creator*, yaitu seseorang yang bertanggung jawab untuk setiap informasi di media, khususnya media digital, dengan target audiens tertentu. Padahal revolusi dibidang media ini adalah karpas merah bagi siapa saja yang ingin mengartikulasikan konten-kontennya.

Secara khusus, yang disebut *content creator* adalah mereka yang membuat konten entah bersifat edukatif atau sekadar hiburan yang disesuaikan



dengan segmentasi audiensnya. Produknya bisa macam-macam. Mulai dari foto, video, podcast, tulisan, *digital art*, dlsb yang disebarakan melalui platform media sosial. Sederhananya, ada pembuat konten, media dan pasarnya, tempat berbagai konten dipublikasikan. Bagaimana dengan *content creator* Hindu?

Secara generik, *content creator* dalam Hindu masih dalam hitungan jari. Pun pengaruhnya terhadap kehidupan sosial-budaya dan agama masih belum besar. Kontennya juga masih terambau dalam genre yang *mainstream* atau hanya mengikuti tren yang sedang berlangsung. Ironisnya, banyak konten yang memilih untuk diserempetkan dengan pornografi atau konten menertawakan ketidak sempurnaan hidup. Akibatnya, masifnya konten seperti itu telah secara nyata menenggelamkan konten-konten serius dan berbobot. *Nah*, seberapa besar minat pembaca tertarik, misalnya menjadikan majalah-majalah Hindu sebagai bacaan wajib tiap minggu atau tiap bulan, harus dilakukan kajian. Bila perlu disurvei, baik kontennya, kemasaannya hingga apakah pembaca mendapatkan *insight* dan inspirasi. Tulisan para kolumnis di majalah, surat kabar cetak, hingga website dan media *online*

tampaknya masih kalah jauh tinimbang besarnya keinginan orang untuk menonton lawakan, acara berbagi makanan, bahkan (mungkin) mencari link video dengan konten *joget jaruh*. Alibi paling rasional yang sering mengjustifikasi keadaan tidak imbang itu karena masyarakat kita sedang jenuh, bosan dan butuh hiburan. Di lain sisi, pembaca blog dan kolom serius itu menyendiri, jumlahnya minor, dan biasanya hanya dilakukan kalangan terdidik.

Kita membutuhkan lebih banyak *content creator* yang kreatif, bukan sekedar berstatus selebriti atau blogger yang semata berorientasi banyaknya jumlah *viewers* dan *subscribe*, tetapi yang sanggup mempublikasikan konten unik, khas dan mengandung value mendidik, mencerahkan dan menyadarkan tanpa kehilangan ruh menghibur. Sulit, tentu saja. Tetapi usaha keras ke arah itu harus dilakukan karena *content creator* itu tidak saja menciptakan tetapi juga mengkreasikan kontennya ke dalam berbagai kanal, entah facebook, Instagram, YouTube, TikTok, hingga blog, infografik dan e-book.

Setidaknya, dari berbagai sumber yang dihimpun, ada sejumlah langkah ideal yang dapat dilakukan jika kita ingin meng-

hasilkan *content creator* Hindu yang andal, yaitu mempelajari siapa audiensnya, membuat konten yang berkualitas, selalu *update*, terus berlatih secara mandiri maupun ikut *online course community*, tidak gengsi untuk berkolaborasi, dan terakhir, dengan rendah hati siap menerima *feedback*.

Dengan langkah-langkah seperti itu, *content creator* juga amat bisa menjadi satu profesi yang mahal. Banyak pembuat konten kita kenal sanggup menngais keuntungan dari industri ini, meski tidak sedikit pula *content creator* ada yang bersusah payah hanya untuk mengumpulkan jempol *like* ketika menulis status di beranda media sosialnya. Namun sekali lagi, industri ini menawarkan janji manis jika pertama, para pembuat konten menggarap mereka (audiens) dengan aneka segmentasinya yang setiap saat terhubung secara *online*. Yang kedua, mengemas dan memasarkan kontennya secara kreatif, dan terakhir, mengikuti revolusi konten yang setiap saat berubah. Adaptif dan responsif dengan isu-isu terbaru kudu dilakukan. Selamat menjadi *content creator* Hindu!

\*Penulis, Antropolog  
UHN IGB Sugriwa Denpasar