

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Media sosial merupakan suatu media interaksi sosial antar individu dalam berbagi maupun bertukar informasi. Pada era modern ini, hampir semua masyarakat sudah menggunakan sosial media. Media sosial telah membawa dampak yang luar biasa bagi kehidupan manusia. Tanpa disadari, konten-konten pada media menjadi bagian hidup manusia. Semakin lama sosial media semakin berkembang dan beragam. Pada awalnya media sosial hanya bersifat satu arah. Hanya sumber media yang dapat menyediakan konten untuk masyarakat. Seiring perkembangan zaman, masyarakat awam tidak lagi hanya menikmati konten yang disajikan oleh sumber media, namun sudah bisa membuat konten pada sosial media sendiri.

Pada era modern ini, teknologi semakin inovatif sehingga dapat memberikan dampak langsung bagi masyarakat, terutama bagi generasi-generasi muda. Dengan berkembangnya teknologi, sosial media dapat diakses dengan mudah. Sosial media dapat diakses melalui *smartphone* (telepon pintar) dimana saja dan kapan saja. Dengan bantuan sosial media, semua hal dapat diakses dengan mudah tanpa batasan jarak dan waktu, sehingga dapat mempermudah proses pertukaran informasi bahkan pertukaran budaya antar negara. Media sosial merupakan salah satu pengaruh dari kemajuan teknologi.

Menurut Nuryanto (2012:1) Perkembangan teknologi dalam hal informasi begitu sangat berkembang salah satu buktinya dengan mudahnya kita dapat mengakses informasi di mana pun dan kapan pun dengan jaringan internet tersebar luas di mana-mana, dalam sumber. Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, memunculkan berbagai jenis akses jejaring sosial yang memberikan kemudahan dalam berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Menurut Nasrullah (2017:8) media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media sosial telah berdampak banyak bagi dunia. Media sosial dapat memutarbalikkan banyak pemikiran dan teori menurut pendapat pengguna. Dalam sosial media juga muncul konsekuensi yang perlu diwaspadai. Dengan adanya sosial media, para pengguna semakin mendapat kesempatan untuk bebas mengeluarkan pendapat. Perlu ada kendali diri agar kebebasan berpendapat yang dimiliki tidak melanggar batasan-batasan yang ada dan tidak menyinggung pihak lain. Media sosial membantu para pengguna bisa berinteraksi tanpa harus bertemu. Jarak tak menjadi masalah lagi dalam berkomunikasi. Karena sangat mudah untuk diakses oleh semua pengguna, semua orang bisa mengakses dan memanfaatkan sosial media.

Dengan kemudahan untuk mengakses media sosial, semua orang bisa menambahkan tulisan, gambar, video maupun konten lainnya dengan leluasa dan mudah. Media sosial menjadi alat, jasa, dan komunikasi antara satu orang dengan yang lainnya yang memiliki kepentingan atau ketertarikan yang sama.

Media sosial dibagi menjadi beberapa klasifikasi, salah satunya adalah jejaring sosial. Jejaring sosial merupakan struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi. Jejaring sosial menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Jejaring sosial memiliki banyak manfaat untuk kita. Karena jangkauannya yang tidak terbatas, kita bisa berkomunikasi dengan siapa saja dan dimana saja bahkan kapan saja. Pemerintah juga memanfaatkan fasilitas dari jejaring sosial ini untuk mengontrol sosial masyarakat.

Jejaring sosial pertama hadir pada tahun 1995 yang bernama *classmates.com* yang menghubungkan teman antar sekolah lalu berinovasi menjadi *SixDegrees.com* pada tahun 1997. Lalu pada tahun 2002 muncul jejaring sosial bernama *Friendster* sebagai situs anak muda yang disediakan untuk saling berkenalan dengan pengguna lain. Pada tahun 2003 muncul jejaring sosial lain seperti *Flick R*, *You Tube*, *Myspace*. *Friendster* dan *Myspace* merupakan situs jejaring sosial yang paling diminati pada tahun 2005. Indonesia menjadi pengguna akun *Friendster* terbanyak nomor 3 di dunia.

Pada penghujung tahun 2008, tren jejaring sosial bergeser ke situs lain yaitu *Facebook.com*. *Facebook.com* berkembang pesat menjadi situs hiburan dan pekerjaan. *Facebook.com* juga telah menambahkan fitur privasi untuk para pengguna sehingga mereka

dapat mengontrol siapa saja yang diperbolehkan untuk mengakses data profil mereka. Berbagai macam aplikasi juga telah dikembangkan yang dapat diinstall oleh para pengguna, sehingga menjadi nilai tambah bagi para pengguna.

Pada tahun 2009 muncul situs baru bernama *Twitter* yang menambah situs sosial bagi anak muda dan menjadi tren baru. *Twitter* menggunakan sistem mengikuti dan tidak mengikuti. Kita dapat melihat status terbaru dari orang yang kita ikuti.

Awalnya situs jejaring sosial bersifat untuk bersenang-senang, namun seiring perkembangan zaman, jejaring sosial bertransformasi menjadi tempat untuk melakukan kontak bisnis atau komunitas yang lebih serius. Jejaring sosial menjadi alat yang digunakan untuk mendukung profesi ataupun wirausaha. Pengguna dapat dengan mudah menemukan peluang bisnis baru dengan info kontak person yang ada di jejaring sosial. Pengguna jejaring sosial pun tidak hanya digunakan oleh kalangan generasi muda atau remaja saja, namun golongan tua pun sudah mulai menggunakan fasilitas jejaring sosial ini dan menjadi tempat bersosialisasi.

Media sosial sangat identik dengan komunitas. Dalam setiap *platform* media sosial seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *Facebook* memiliki komunitasnya sendiri-sendiri. Terdapat ratusan bahkan ribuan komunitas berdasarkan bidangnya. Banyak komunitas-komunitas yang memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mencari uang. Media sosial juga dapat dijadikan sarana untuk mempromosikan produk.

Saat ini perempuan dalam hal teknologi masih dianggap minoritas dibanding dengan laki-laki atau disepelkan, padahal banyak sekali perempuan yang berprestasi di bidang teknologi ini seperti pada *social media*. Banyak perempuan yang menggunakan teknologi informasi ini untuk mempromosikan dan memasarkan produk mereka, ada juga yang menjadikannya sebagai profesi seperti menjadi *content creator*.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang perancangan *Social Media Studio And Experiences* diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah, yakni sebagai berikut:

1. Belum adanya tempat untuk para untuk berkumpul antara para *content creator* dan melakukan kolaborasi.

2. Belum adanya fasilitas yang dapat dipakai oleh para *content creator* menyelenggarakan *event* atau seminar.

1.3 Ide / Gagasan Perancangan

Social Media Studio And Experiences adalah tempat untuk berkumpul antara para *content creator* untuk membuat konten dan melakukan kolaborasi serta dapat digunakan untuk menyelenggarakan *event* atau seminar. Didalamnya terdapat beberapa sarana penunjang seperti *lobby*, *café*, studio dan workshop. *Social Media Studio And Experiences* ini dirancang untuk berbagai kategori umur mulai dari remaja hingga dewasa muda yang tertarik dengan bidang ini.

Social Media Studio And Experiences ini di desain secara interaktif agar pengunjung mendapatkan informasi dan edukasi yang lengkap sehingga pengunjung dapat mengingatnya. *Social Media Studio And Experiences* ini juga dirancang se-nyaman mungkin agar pengunjung dapat bersosialisasi dengan nyaman.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, maka terdapat beberapa masalah yang dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang desain interior *Social Media Studio And Experiences* yang unik, informatif dan dapat berfungsi sebagai tempat berkumpul utama untuk para *content creator* membuat konten?
2. Bagaimana merancang desain interior *Social Media Studio And Experiences* sehingga dapat menjadi fasilitas untuk berinteraksi, berkumpul, menyelenggarakan *event* hingga melakukan kolaborasi dengan nyaman?

1.5 Tujuan Perancangan

- 1) Merancang desain *Social Media Studio And Experiences* yang dapat berfungsi sebagai tempat berkumpul utama untuk para *content creator*.

- 2) Merancang *Social Media Studio And Experiences* dan memberikan ruang kepada *content creator* untuk berkreasi dan membuka kesempatan untuk para *content creator* kecil.

1.6 Manfaat Perancangan

Perancangan *Social Media Studio And Experiences* ini bermanfaat sebagai tempat utama berkumpul para *content creator* dan menyediakan fasilitas bagi para *content creator* untuk membuat konten. *Social Media Studio And Experiences* ini juga dibuka untuk umum sehingga membuka kesempatan bagi para pengunjung yang memiliki mimpi dan minat untuk menjadi *content creator* dapat belajar dari dasar serta memberikan ruang bagi para *content creator* terutama wanita untuk menyuarakan pendapatnya.

1.7 Ruang Lingkup Perencanaan

Batasan perancangan pada *Social Media Studio And Experiences* ini adalah sebagai berikut:

1. *Lobby*
Area perantara sebelum masuk ke area *Social Media Studio And Experiences*.
2. *Studio and Experiences*
Sarana untuk informasi perkembangan sejarah sosial media di dunia, galeri seni dan area foto.
3. *Cafe*
Adanya fasilitas untuk tempat berkumpul dan berinteraksi para pengunjung.
4. *Workshop*
Fasilitas ruang serba guna untuk yang digunakan sebagai tempat untuk seminar atau *Selebgram/Tiktokers* mengadakan *event*.

1.8 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

BAB I memaparkan latar belakang, identifikasi masalah, ide/gagasan perancangan, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan,

batasan perancangan dan sistematika penulisan dari laporan tugas akhir yang berjudul “*Social Media Studio And Experiences*”.

Bab II Teori Tentang Perancangan *Social Media Studio And Experiences*

BAB II merupakan penguraian beberapa teori yang digunakan dalam perancangan interior *Social Media Studio And Experiences*. Teori-teori tersebut merupakan dasar yang dari proses perancangan.

Bab III Deskripsi dan Program Perancangan *Social Media Studio And Experiences*

BAB III menjelaskan mengenai tinjauan karakteristik, kondisi fisik, rencana tata ruang, objek perancangan. Bab ini juga menjelaskan site yang digunakan dan aspek – aspek yang mempengaruhi fungsi bangunan. Pada bagian ini, akan dijabarkan pula tentang program ruang, zoning blocking dan konsep yang akan diterapkan.

Bab IV Perancangan Interior *Social Media Studio And Experiences*

BAB IV memaparkan penerapan konsep dan tema desain pada perancangan *Social Media Studio And Experiences*.

Bab V Simpulan dan Saran

BAB V berisi mengenai simpulan dan saran pada perancangan *Social Media Studio And Experiences*