



Fenomena Konten Kreator *Facebook* Pada Masyarakat Kelurahan Panei Tengah Kabupaten Simalungun

Newa Sagita Pasaribu, Daud

newapasaribu1@gmail.com, daud@unimed.ac.id[✉]

Jurusan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima:

20 Februari 2025

Disetujui:

25 Maret 2025

Dipublikasikan:

April 2025

Keywords:

*Fenomena,
Facebook, Konten
Kreator,
Masyarakat*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan latar belakang, cara membuat konten, dan dampak menjadi konten kreator *Facebook* di Kelurahan Panei Tengah Kabupaten Simalungun. Platform yang digunakan masyarakat untuk menjadi konten kreator yaitu *Facebook* dengan pertimbangan bahwasannya *Facebook* merupakan media sosial yang mudah diakses oleh masyarakat luas, memiliki fitur yang beragam serta dapat menghasilkan uang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah *Hybrid Ethnography* untuk melihat bagaimana ruang *offline* dan *online* yang saling terkait. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah observasi, wawancara, dokumentasi. Hasil Penelitian ini menggambarkan, bahwa latar belakang masyarakat dalam membuat konten yaitu sebagai hiburan, ajakan teman atau ikut-ikutan trend, menambah pekerjaan dan penghasilan, menjalin pertemanan dan promosi usaha, notifikasi *Facebook* untuk peluang monetisasi, penghasilan tambahan dan menambah pekerjaan. Cara masyarakat dalam membuat konten juga sangat beragam mulai dari membuat video sendiri, bersama anak, teman hingga dibantu oleh suami atau istri mereka. Fenomena ini juga mengakibatkan dampak positif dan juga negatif yang mempengaruhi perubahan budaya dan sosial pada masyarakat.

Abstract

This study aims to explain the background, how to create content, and the impact of becoming a Facebook content creator in Panei Tengah Village, Simalungun Regency. The platform used by the community to become content creators is Facebook, considering that Facebook is a social media that is easily accessible to the wider community, has various features and can generate money. The method used in this study is Hybrid Ethnography to see how offline and online spaces are interrelated. Data collection techniques used in this study are observation, interviews, documentation. The results of this study illustrate that the background of the community in creating content is as entertainment, inviting friends or following trends, adding work and income, making friends and promoting businesses, Facebook notifications for monetization opportunities, additional income and adding work. The way people create content is also very diverse, ranging from making their own videos, with children, friends to being assisted by their husbands or wives. This phenomenon also has positive and negative impacts that influence cultural and social change in society.

PENDAHULUAN

Era digital saat ini adalah sebuah masa yang tidak bisa lepas dengan dunia internet. Banyak hal dilakukan manusia melalui internet seperti hiburan, komunikasi, informasi, konektivitas. Sehingga tidak heran lagi jika pada masa kini internet menjadi kebutuhan utama manusia. Salah satu aplikasi yang dalam penggunaannya memakai internet yaitu media sosial. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan *feedback*, memberi komentar secara terbuka, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas (Kaplan, 2010).

Pengguna media sosial lima tahun terakhir juga mengalami peningkatan. Pada tahun 2020 berjumlah 160 juta pengguna. Pengguna media sosial pada tahun 2021 sebanyak 170 juta (61,8%). Tahun 2022 mengalami peningkatan yaitu 12,6% atau 191,4 juta pengguna. Tahun 2023 sebanyak 60 % atau 167 juta pengguna dari total penduduk. Pengguna media sosial terus bertambah sampai pada tahun ini yaitu meningkat menjadi 60,4 % dari total populasi penduduk Indonesia (Andi, 2024).

Peringkat ketiga dengan pengguna terbanyak diduduki media sosial *Facebook* yaitu 81,6% pengguna. Media sosial lainnya seperti *Instagram* menduduki peringkat kedua pengguna terbanyak yaitu 85,3 %. Media sosial *WhatsApp* merupakan pengguna terbanyak nomor satu media sosial dengan 90,9 % pengguna (Riyanto, 2020-2024). Ketiga platform media sosial ini dimiliki satu perusahaan yang sama yaitu Meta.

Media sosial *Facebook* pada awalnya hanya sebagai media saling mengenal sesama mahasiswa Harvard. Diluncurkan pada tanggal 4 Februari 2004 oleh Mark Zuckerberg. Mengalami perkembangan terus-menerus hingga sekarang. Tidak hanya orang dewasa pengguna media sosial ini dari semua kalangan yaitu anak-anak, remaja, dewasa hingga orang tua. Pengguna *Facebook* terbanyak berusia 25-34 tahun, setara dengan 38% dari jumlah total pengguna *Facebook* (Reynaldy, 2024).

Terus mengalami perkembangan yang pada awalnya *Facebook* hanya sebagai update status, foto dan video saja kemudian berkembang sehingga dapat menghasilkan uang. Hal ini sangat menarik perhatian masyarakat, mereka berlomba-lomba membuat video dan memposting apapun demi mendapatkan uang. Tidak hanya terjadi di kota-kota besar fenomena ini sampai kepada pelosok daerah yang ada di Indonesia. Salah satunya yaitu Kelurahan Panei Tengah.

Menjadi konten kreator mulai menjadi hobi yang sekarang digemari oleh masyarakat. Karena memiliki banyak alasan yang relevan dan menarik untuk menampilkan konten mereka pada media sosial *Facebook* miliknya. Membuat konten memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan ide, pandangan, atau keterampilan unik mereka. Masyarakat Kelurahan Panei Tengah juga membuat konten untuk berbagi karya kreatif, seperti musik, seni, foto atau video mereka.

Meskipun awalnya hanya sebagai *trend* yang menjadi hobi dan ekspresi diri banyak konten kreator yang akhirnya mendapatkan penghasilan dari karya mereka, melalui konten yang ditonton oleh banyak orang. Hal ini memberi peluang untuk mengubah hobi menjadi karier bagi masyarakat. Anak-anak mereka juga tidak jarang untuk diajak membuat konten sehingga aktivitas anakpun tidak lagi menjadi privasi tetapi konsumsi publik, sedang melakukan pekerjaan rumah seperti mencuci, menyapu, berbelanja, menghadiri pesta, berkebun, tanaman ditanam di rumah, bernyanyi, sedang sakit bahkan saat bekerja juga menjadi bahan konten masyarakat. Berjoget-joget dan ditonton oleh banyak orang sudah menjadi hal biasa untuk dijadikan konten, rasa malu sudah mulai terkikis karena pemenuhan kebutuhan konten.

Fenomena ini juga mengakibatkan perubahan aturan pada masyarakat. Pada awalnya ketika berjoget-joget didepan umum apalagi dibagikan pada media sosial adalah hal yang tabu dan memalukan. Saat ini sudah menjadi hal yang wajar karena sudah sering dilakukan. Konten

yang dilihat dan menjadi trend oleh masyarakat mempengaruhi apa yang dianggap normal, juga mengakibatkan perubahan gaya hidup dan standar perilaku pada masyarakat.

Masyarakat menganggap bahwa media sosial adalah ruang pribadinya sehingga mereka menjadikan apapun sebagai konten mereka. Sehingga tidak jarang untuk menarik perhatian, beberapa konten kreator cenderung membagikan terlalu banyak aspek kehidupan pribadi mereka, yang bisa berisiko terhadap privasi dan keamanan.

Hasil penelitian dianalisis menggunakan teori Disjuncture Arjun Appadurai. Teori ini menjelaskan bagaimana globalisasi, media, dan teknologi mempengaruhi hubungan sosial dan budaya di berbagai belahan dunia. Dalam bukunya yang berjudul *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization* (1996), Appadurai memperkenalkan teori mengenai lima dimensi arus global atau *scapes*, yang menjelaskan dinamika budaya dalam konteks globalisasi (Appadurai, 1996). Fenomena globalisasi akan menimbulkan perubahan budaya dari lima saluran. Sehingga dalam penelitian menggunakan teori Appadurai untuk melihat fenomena Konten kreator *Facebook* pada masyarakat dilihat dari lima dimensi globalisasi budaya yaitu *ethnoscape*, *technoscape*, *finanscape*, *mediascape*, dan *ideoscapes*.

Penelitian ini bertujuan untuk memperjelas latar belakang, cara dalam membuat konten, dan dampak menjadi konten kreator *Facebook* terhadap kehidupan masyarakat di Kelurahan Panei Tengah. Dengan demikian, penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai perubahan kebudayaan yang diakibatkan oleh media sosial *Facebook*.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian *Hybrid Ethnography*. *Hybrid Ethnography* merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memahami pengalaman manusia dalam konteks yang mencakup lingkungan fisik dan digital. Metode penelitian ini berfokus pada integrasi antara aktivitas di ruang fisik (*offline*) dan ruang digital (*online*) (Przybylski, 2020).

Lokasi penelitian dilakukan secara *offline* di Kelurahan Panei Tengah dan *online* di media sosial *Facebook*. Informan utama dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sering membuat konten di media sosial *Facebook* dan masyarakat yang terdampak akibat fenomena menjadi konten kreator *Facebook*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah observasi, wawancara, dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah memberikan perubahan yang signifikan diberbagai aspek kehidupan di Kelurahan Panei Tengah. Kelurahan Panei Tengah merupakan salah satu kelurahan yang terletak di Kecamatan Panei, Kabupaten Simalungun, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Seiring meningkatnya teknologi digital, masyarakat setempat semakin aktif memanfaatkan berbagai platform digital untuk berkomunikasi, bekerja, belajar, hingga menjadi konten kreator.

Kemudahan akses internet serta penggunaan perangkat digital semakin membuka peluang bagi warga untuk beradaptasi dengan perubahan zaman. Kelurahan Panei Tengah, telah memiliki akses internet 4G yang stabil, didukung oleh keberadaan penjual paket internet yang memudahkan masyarakat dalam memperoleh layanan data. Dengan konektivitas yang semakin baik, masyarakat dapat dengan leluasa mengakses internet setiap saat. Di era digital seperti sekarang, hampir setiap orang sudah memiliki *handphone*, mulai dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa. Teknologi yang semakin canggih dan harga yang semakin terjangkau membuat ponsel bukan lagi barang mewah, melainkan kebutuhan utama dalam

kehidupan sehari-hari. Perkembangan ini menunjukkan bahwa teknologi internet semakin menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari di Panei Tongah.

Latar Belakang Masyarakat Kelurahan Panei Tongah Menjadi Konten Kreator Facebook Hiburan

Salah satu latar belakang menjadi konten kreator *Facebook* yaitu sebagai hiburan. Sebagian masyarakat memanfaatkan platform ini untuk mendokumentasikan aktivitas mereka sehari-hari dengan cara yang menarik dan menghibur, baik melalui video, foto, maupun siaran langsung. Berbagi momen lucu dan juga kebersamaan menjadi inspirasi hiburan untuk diri sendiri maupun orang lain yang melihatnya.

“...latar belakangnya hanya untuk hiburan laa dari pada ngejulid terus ngerumpi kesana-kemari. Banyak juga hiburan yang kita dapat kalo buat konten, mulai dari membagikan hal yang buat kita bahagia. Seperti kehangatan keluarga, terus kalo udah diposting banyak yang komen bukan orang yang kita kenal aja. Semangat lo kalo baca komentarnya karna mau kadang lucu-lucu komentarnya mau la ketawak- ketawak sendiri jadinya”. (Wawancara dengan Ibu Ika Marpaung (40) pada tanggal 27 Februari, 2025).

Ajakan Teman atau Ikut-ikutan Trend

Ada juga masyarakat terjun ke dunia konten *Facebook* karena ajakan teman atau sekadar ikut-ikutan trend. Melihat orang lain sukses dan menikmati prosesnya sering kali menjadi dorongan bagi mereka untuk mencoba hal yang sama. Meskipun awalnya hanya ikut-ikutan, banyak yang akhirnya menjadi konten kreator hingga saat ini walaupun belum mendapatkan penghasilan.

Menambah Pekerjaan dan Penghasilan

Selain sekadar mencari hiburan atau ajakan teman, banyak masyarakat yang terjun menjadi kreator *Facebook* karena dorongan kebutuhan finansial. Melihat peluang untuk mendapatkan penghasilan dari konten yang mereka buat, masyarakat memanfaatkan platform ini sebagai sumber pendapatan tambahan atau bahkan utama. Sehingga saat ini masyarakat banyak yang tertarik untuk menjadi konten kreator *Facebook*.



Gambar 1. Penghasilan Informan dari *Facebook*

(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Gambar 1 memperlihatkan salah satu informan yang sudah mendapatkan penghasilan dari konten pada aplikasi media sosial *Facebook*. Melihat peluang untuk mendapatkan penghasilan dari konten yang mereka buat, masyarakat memanfaatkan platform ini sebagai sumber pendapatan tambahan atau bahkan utama. Sehingga saat ini masyarakat banyak yang tertarik untuk menjadi konten kreator *Facebook*.

“...latar belakangnya itu selain untuk mendapatkan cuan, ingin berhasil menjadi konten kreator, karna kan udah banyak yang berhasil di *Facebook* ini. Kayak si Lienci Saragih dari Pematang Siantar yang sudah sukses bisa bangun rumah, jalan- jalan ke Bali, bisa bangun rumah dari hasil konten. Kalau suatu saat kita bisa kayak gitu kan Puji Tuhan”. (Wawancara dengan Ibu Masri Siagan (39) pada tanggal 06 Maret 2025).

Menjalin Pertemanan dan Promosi Usaha

Platform ini bukan hanya sekadar tempat berbagi konten, tetapi juga peluang untuk menjalin pertemanan baru, memperluas jaringan, dan memperkenalkan usaha. Dengan memanfaatkan *Facebook*, mereka dapat memperluas pasar, serta menciptakan peluang yang lebih besar untuk mendapatkan banyak konsumen.

“...Untuk nambah-nambah kawan sekaligus tambahan kalok menghasilkan, tapi belum ada penghasilan kalo dari *Facebooknya*. Penghasilannya itu dari konten yang dibuat berupa makanan untuk dijual, Interaksi di *Facebook* juga menambah kenalan. Jadi berguna juga kalau buat konten jualan karna banyak pengikut banyak yang tau cepat habis dia dagangannya. Pengen juga ngerasakan punya penghasilan dari hasil konten di *Facebook* tapi banyak syaratnya susah dek”. (Wawancara dengan Ibu Candra Kaloko (45) pada tanggal 02 Maret 2025).

Notifikasi Facebook untuk peluang monetisasi

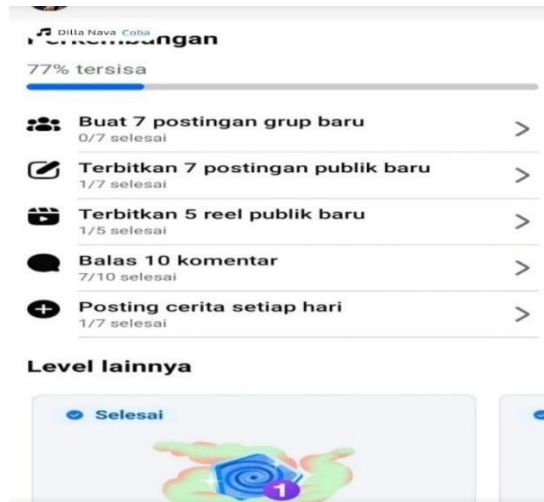
Notifikasi dari *Facebook* juga menjadi latar belakang seseorang untuk mulai menjadi konten kreator. Informasi tentang peluang monetisasi, peningkatan interaksi, atau trend terbaru ditawarkan langsung kepada pengguna *Facebook*. Hal ini menarik minat pengguna untuk membuat dan membagikan konten hingga menjadi konten kreator.

“...Awalnya, saya hanya menggunakan *Facebook* untuk berjualan sabun dan *skincare* wajah. Tapi suatu hari, saya mendapat notifikasi dari *Facebook* tentang peluang monetisasi. Saya penasaran dan mulai mencari tahu. Betul sekali. Dari situ saya tau kalau *Facebook* bisa menghasilkan uang dan saya mulai aktif untuk membuat konten”. (Wawancara dengan Ibu Masri Siagan (39) pada tanggal 06 Maret 2025).

Cara Masyarakat Kelurahan Panei Tengah Membuat Konten pada Media Sosial *Facebook*

Cara masyarakat kelurahan Panei Tengah membuat konten pada media sosial *Facebook* sangat beragam. Beragamnya cara pembuatan konten di platform ini dipengaruhi oleh kreativitas pengguna serta fitur-fitur yang tersedia, seperti status, foto, video, siaran langsung. Pembuatan konten di media sosial *Facebook*, terdapat beberapa langkah dan ketentuan yang perlu diperhatikan.

Dalam membuat konten tergantung pada aktivitas dan minat masing-masing individu. Kegiatan sehari-hari seperti memasak, berkebun, atau berolahraga dapat dijadikan konten menarik melalui foto, video, atau siaran langsung. Saat berlibur, seseorang dapat membagikan pengalaman perjalanan melalui *vlog*.



Gambar 2. Tantangan yang harus dicapai dalam 1 minggu
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

“...Cara ku buat konten sederhana kalinya, pertama siapkan Ponsel terus kalau lagi masak gorengan untuk dijual tinggal direkam. Merekamnya letakkan aja ponsel diposisi yang pas yang penting jelas video kita seperti didinding karna belum ada tripod. Kadang disesuaikan aja kalau mau mempersiapkan bahan-bahan satu tangan merekam satunya lagi mempersiapkan. Biar bagus videonya jangan lupa dijeda biar gak kepanjangan. Selanjutnya karna videonya banyak diedit pake aplikasi *CapCut* biar menarik, udah jadi satu video tinggal diposting”. (Wawancara dengan Ibu Awan (25) pada tanggal 06 Maret 2025).



Gambar 3. Informan Sedang Membuat Konten
(Sumber: Dokumentasi Penulis, 2025)

Dampak Menjadi Konten Kreator *Facebook* terhadap Kehidupan Masyarakat di Kelurahan Panei Tongah

Fenomena konten kreator *Facebook* yang semakin berkembang, tidak hanya menjadi sarana hiburan tetapi juga membuka peluang ekonomi dan sosial bagi masyarakat. Menjadi

konten kreator di *Facebook* memberikan berbagai dampak, baik positif maupun negatif, terhadap kehidupan sehari-hari terkhusus di Kelurahan Panei Tongah.

Dampak Positif Menjadi Konten Kreator Facebook

Menambah Pekerjaan

Penggunaan media sosial *Facebook* dalam membuat konten menjadi salah satu pekerjaan pada masyarakat kelurahan Panei Tongah saat ini. Masyarakat yang dulunya memandang pekerjaan sebagai sesuatu yang terstruktur dan fisik seperti bertani dan berdagang, kini menerima aktivitas menjadi konten kreator sebagai bentuk pekerjaan. Masyarakat menamai pekerjaan ini sebagai karyawan META. Dengan adanya fitur monetisasi pada *Facebook* menjadi lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat yang dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja dengan hanya bermodalkan paket internet.

Mempelajari Hal Baru

Menjadi konten kreator di *Facebook* memiliki banyak dampak positif, salah satunya adalah dapat mempelajari hal-hal baru. Saat membuat konten, akan belajar berbagai keterampilan, seperti cara membuat konten yang menarik, mengedit video, menulis caption yang menarik, dan memahami trend yang sedang populer. Selain itu, kita juga bisa belajar bagaimana cara berkomunikasi dengan audiens, membangun interaksi, serta memahami algoritma meta agar konten lebih banyak dilihat orang. Dengan terus mencoba hal baru dan berinteraksi dengan kreator lain, kreator akan semakin berkembang dan mendapatkan banyak pengalaman, menjadikan pengalaman ini sebagai proses pembelajaran yang berkelanjutan.

Membangun Mental yang Kuat

Dalam perjalanan menciptakan dan membagikan konten, seorang kreator sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti menerima kritik, menghadapi ketidakpastian, atau beradaptasi dengan perubahan algoritma. Semua pengalaman ini mengajarkan pentingnya ketahanan mental, di mana kreator belajar untuk tidak mudah terpengaruh oleh komentar negatif, tetap fokus pada tujuan, dan terus berkembang meskipun menghadapi kesulitan. Dengan waktu dan pengalaman, mental kreator semakin terasah, menjadikannya lebih tahan banting dan siap menghadapi berbagai tekanan yang datang.

Menambah Pengetahuan

Konten yang dibagikan oleh kreator sering kali berisi informasi yang bermanfaat. Selain itu, banyak konten yang menghibur dan bisa memberikan rasa senang atau mengurangi stres. Konten yang dibuat masyarakat berupa makanan, tempat wisata, hasil kebun dan juga ide-ide masakan menjadi rekomendasi bagi masyarakat. Masyarakat juga bisa merasa lebih terinspirasi untuk mencoba hal baru.

Memanfaatkan Konten Facebook untuk Promosi Produk

Berjualan melalui konten *Facebook* sangat menguntungkan masyarakat. Dengan jumlah pengguna *Facebook* yang sangat besar dan jangkauan yang luas, *Facebook* menjadi platform yang efektif untuk mengenalkan produk kepada banyak orang secara efektif. Konten yang menarik, seperti gambar, video, atau tulisan dapat menarik perhatian konsumen. Selain itu dengan cara membuat konten untuk mempromosikan usaha tidak membutuhkan tenaga dan modal yang banyak menjadikan hal yang sangat menguntungkan saat ini.

Semakin Menyatu dengan Teknologi

Sebagai konten kreator, tentu harus terus belajar dan menggunakan berbagai alat digital, seperti algoritma *Facebook*, fitur *Facebook*, aplikasi editing video agar dapat memahami audiens. Hal ini membuat kreator semakin terbiasa dengan teknologi terbaru dan mengembangkan keterampilan di bidang digital. Selain itu, proses ini juga membantu kreator beradaptasi dengan perubahan teknologi yang cepat, sehingga dapat meningkatkan kualitas konten yang akan dibuat dan memperluas jangkauan audiens.

Dampak Negatif Menjadi Konten Kreator Facebook

Kehilangan Rasa Malu

Dengan semakin terbukanya ruang pribadi di dunia maya, sebagian orang menjadi lebih berani berbagi hal-hal yang seharusnya lebih privat atau bahkan tidak pantas untuk dipublikasikan, yang pada akhirnya dapat merubah cara pandang mereka terhadap norma sosial dan etika. Hilangnya rasa malu sudah menjadi hal biasa bagi konten kreator karena mereka memiliki prinsip bahwasannya, kalau malu tidak perlu membuat konten. Bagi mereka, keberanian tampil di depan publik adalah kunci utama untuk menarik perhatian dan meraih FYP. Dengan pemikiran bahwa "kalau malu, tidak perlu membuat konten," mereka rela melakukan berbagai hal, termasuk yang kontroversial atau di luar norma, demi mendapatkan *engagement* dan *eksposur* yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bagaimana media sosial telah mengubah cara pandang seseorang terhadap batasan-batasan etika dalam berkarya.

Privasi Anak Terabaikan

Namun, di sisi lain, meskipun media sosial *Facebook* memberikan berbagai manfaat, penggunaan yang berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif yang signifikan, salah satunya adalah privasi anak yang terabaikan. Ketika orang tua atau konten kreator terlalu sering membagikan momen pribadi anak-anak, baik itu melalui foto, video, atau cerita sehari-hari, tanpa memperhatikan dampak jangka panjangnya, hal ini dapat mengancam ruang pribadi anak dan mengurangi rasa aman mereka di dunia maya.

Meningkatnya Sifat Individualis pada Masyarakat

Dampak negatif yang semakin terlihat dengan adanya fenomena menjadi konten kreator pada masyarakat kelurahan Panei Tengah adalah meningkatnya sifat individualisme di tengah masyarakat. Orang-orang kini lebih banyak menghabiskan waktu untuk berinteraksi di dunia maya, dibandingkan dengan lingkungan sekitar. Interaksi yang dulunya dilakukan secara tatap muka kini beralih ke dunia maya, yang berpotensi mengurangi kebersamaan dan solidaritas sosial.

Mendapat Respons Negatif dari Orang Lain

Konten kreator di *Facebook* memang memiliki banyak kesempatan untuk berbagi ide, pengalaman, dan kreativitas mereka, tetapi jika kegiatan ini dilakukan secara berlebihan dapat memicu respons negatif dari orang lain. Ketika seorang kreator membagikan konten yang sudah tidak wajar, baik berupa kritik tajam maupun komentar buruk. Tanggapan semacam ini, terutama jika datang dalam jumlah besar, bisa mempengaruhi kesehatan mental kreator dan merusak citra diri mereka di mata publik, yang akhirnya menurunkan semangat untuk terus berkarya.

SIMPULAN

Masyarakat memiliki latar belakang yang beragam untuk menjadi konten kreator *Facebook*, di antaranya menambah pendapatan, mencari hiburan, ajakan teman atau ikut-ikutan trend, menambah pekerjaan atau penghasilan, menjalin pertemanan dan promosi usaha, dan notifikasi *Facebook*. Proses pembuatan konten dilakukan dengan berbagai cara mulai menentukan ide, menyiapkan alat dan bahan, proses pengambilan gambar atau video, editing, penentuan caption atau lagu. Menjadi konten kreator memiliki banyak dampak positif terhadap kehidupan masyarakat. Salah satunya yaitu memberikan peluang ekonomi baru bagi masyarakat. Beberapa individu berhasil mendapatkan penghasilan tambahan melalui monetisasi konten, mempelajari hal baru, membangun mental yang kuat, menambah pengetahuan, memanfaatkan konten *Facebook* untuk promosi produk dan semakin menyatu dengan teknologi. Meskipun memberikan manfaat ekonomi, fenomena ini juga membawa dampak negatif. Banyak kreator mengalami perubahan sosial dan budaya, seperti kehilangan rasa malu, meningkatnya sifat individualis dan berkurangnya interaksi langsung dengan

keluarga serta lingkungan sekitar. Selain itu, beberapa kreator menghadapi kritik dan komentar negatif dari masyarakat yang berpotensi mempengaruhi kesehatan mental mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. U of Minnesota P.
- Ardhy, A. A. (2020). Fenomena penggunaan *Facebook* sebagai ajang eksistensi diri remaja di kota Batam (Doctoral dissertation, Prodi Ilmu Komunikasi).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Przybylski, L. (2020). *Digital Communities: Ethnographic Perspectives on Hybrid Spaces*. In Social Research Methods and Digital Spaces.
- Przybylski, L. (2020). *HYBRID ETHNOGRAPHY: Online, Offline, and In Between*. Knowledge Commons.
- Reynaldy, B. (2024). *Rentang Umur Pengguna Facebook di Indonesia*.
- Riyanto, A. (2020). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Riyanto, A. (2021). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2021*.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>
- Riyanto, A. (2022). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Riyanto, A. (2023). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Riyanto, A. (2024). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2024*.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Sundawa, Y. A., & Trigartanti, W. (2018). Fenomena content creator di era digital. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 432-437.
- Taqwa, N. (2023). Kalangan Usia Senja dan Facebook (Analisis Problematika Penggunaan *Facebook* di Kalangan Usia Senja). *Jambura Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1), 1-8.
- Utami, N. P. P., Purwa, I. B. G., & Suparmini, K. E. (2015). Pemanfaatan jejaring sosial *Facebook* dalam information sharing bagi pengelola perpustakaan di Kabupaten sBuleleng. *Widya Laksana*, 4(2), 209-220.