

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital yang serba modern ini, peran konten kreator semakin signifikan dalam membentuk dinamika perekonomian masyarakat. Platform media sosial yang berkembang pesat saat ini menjadi wadah bagi masyarakat untuk menuangkan kreasi mereka dan tentunya dapat menambah penghasilan mereka jika mereka kreatif dalam memanfaatkan media sosial tersebut.

Berkonten kreator dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir tidak hanya bisa dilakukan melalui aplikasi Youtube, tetapi aplikasi-aplikasi lainnya juga berlomba lomba untuk meluncurkan fitur yang memungkinkan penggunaannya untuk menuangkan kreatifitas mereka lewat konten. Tak terkecuali Facebook, Facebook sendiri adalah sebuah layanan jejaring sosial yang diluncurkan pada bulan Februari 2004, dimiliki dan dioperasikan oleh Facebook, Inc (berubah nama menjadi Meta Platforms, Inc. pada 28 Oktober 2021) dan didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama teman sekamarnya dan sesama mahasiswa Universitas Harvard yakni Eduardo Saverin, Andrew McCollum, Dustin Moskovitz dan Chris Hughes.¹ Sampai September 2012,

¹ Fatimah Nur Arifah, "Analisis Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis Online," *TRANSFORMASI: Jurnal Informasi & Pengembangan Iptek* 11, no. 2 (2015): 145.

Facebook memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif, dengan lebih dari setengahnya mengakses melalui ponsel.²

Fitur terbaru Facebook, yaitu Facebook Profesional, menjadi viral karena memungkinkan pengguna mendapatkan penghasilan dengan membuat konten dan memenuhi syarat tertentu. Pengguna berlomba menjadi konten kreator, namun syarat monetisasi tidak mudah, seperti memiliki banyak pengikut, sering memposting, dan akun yang terhubung ke Instagram. Untuk monetisasi, kreator harus memiliki 500 pengikut dalam 30 hari berturut-turut. Monetisasi sendiri adalah proses menghasilkan uang melalui konten yang dibuat.³

Fitur Facebook Profesional menawarkan peluang besar bagi masyarakat, termasuk di Toraja Utara untuk mendapatkan pendapatan tambahan melalui konten kreatif. Meskipun syarat seperti memiliki 500 pengikut dalam 30 hari berturut-turut sulit dipenuhi, masyarakat Toraja Utara tetap antusias. Di Toraja Utara, sejumlah konten kreator telah berhasil memanfaatkan fitur Facebook Profesional untuk monetisasi, yang berarti mereka telah memperoleh penghasilan dari konten yang dihasilkan. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan *platform* digital dapat

² Somini Sengupta, "Facebook's Prospects May Rest on Trove of Data," *The New York Times Company*.

³ Mulana Adieb, "Tertarik Dapatkan Penghasilan Tambahan? Cari Tahu Tentang Monetisasi, Yuk!," *Glints*, last modified 2023, accessed March 12, 2025, <https://glints.com/id/lowongan/monetisasi-adalah/>.

berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat.

Dibandingkan dengan platform lain seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, Facebook Profesional memiliki keunggulan dalam hal aksesibilitas dan kemudahan adaptasi. Tidak seperti YouTube yang membutuhkan kemampuan teknis tinggi dan perangkat khusus untuk produksi video berdurasi panjang, Facebook memungkinkan pengguna untuk mengunggah berbagai jenis konten baik teks, gambar, video pendek (*Reels*), maupun siaran langsung dengan persyaratan monetisasi yang relatif lebih mudah dijangkau, seperti memiliki 500 pengikut dalam 30 hari terakhir.⁴

Sementara itu, Instagram dan TikTok juga menawarkan potensi besar dalam membangun *personal branding* dan viralitas konten, terutama di kalangan generasi muda. Namun, monetisasi pada kedua *platform* tersebut umumnya bersifat tidak langsung dan bergantung pada kerja sama dengan merek (*endorsement*) atau program kemitraan tertentu. TikTok, misalnya, mensyaratkan minimal 10.000 pengikut dan 100.000 tayangan video dalam 30 hari terakhir untuk dapat bergabung dengan TikTok *Creator Fund*.⁵ Di sisi lain, Instagram belum memiliki skema monetisasi langsung yang luas di

⁴ YouTube Help, "Meet the YouTube Partner Program Requirements," *Google*, accessed May 19, 2025 <https://support.google.com/youtube/answer/72851>.

⁵ TikTok for Business, "Creator Fund," *TikTok*, accessed May 19, 2025, <https://ads.tiktok.com/business/en/inspiration/tiktok-creator-fund>.

Indonesia, meskipun tetap menjadi sarana penting untuk promosi visual dan pemasaran digital.⁶

Dari segi konteks lokal, Facebook Profesional lebih mengakar karena sudah menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat Toraja Utara. Fitur-fitur seperti pengelolaan profil profesional, dasbor analitik, dan kemampuan untuk membangun komunitas melalui grup dan halaman, menjadikannya alat yang efektif dalam membangun jejaring, memperluas jangkauan *audiens*, serta meningkatkan pendapatan secara digital. Oleh karena itu, pemanfaatan Facebook Profesional tidak hanya lebih realistis diterapkan di daerah ini, tetapi juga berpotensi besar sebagai sarana pemberdayaan ekonomi yang sesuai dengan karakteristik sosial dan budaya masyarakat Toraja Utara.

Seterusnya berdasarkan data jumlah penduduk Kabupaten Toraja Utara tahun 2023, kelompok usia produktif mendominasi komposisi penduduk dengan sebaran yang cukup merata antara laki-laki dan perempuan. Kelompok usia 15–19 tahun memiliki jumlah 13.400 jiwa laki-laki dan 12.700 jiwa perempuan, dengan total 26.100 jiwa. Sementara itu, kelompok usia 20–24 tahun terdiri atas 12.700 jiwa laki-laki dan 12.000 jiwa perempuan, sehingga totalnya mencapai 24.700 jiwa. Jadi total penduduk Toraja Utara adalah 50.800.⁷ Komposisi ini memperlihatkan adanya potensi

⁶ Instagram Help Center, "Creator Accounts on Instagram," Meta, accessed May 19, 2025, <https://help.instagram.com/286629121381680>.

⁷ Badan Pusat Statistik Toraja Utara, "Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur Dan Jenis Kelamin Di Kabupaten Tana Toraja, 2023," *Badan Pusat Statistik*, accessed April 9, 2025.

besar dalam kelompok usia muda yang siap diberdayakan secara ekonomi. Dengan semakin berkembangnya dunia digital dan media sosial, generasi muda di Toraja Utara berpeluang besar untuk berpartisipasi dalam aktivitas kewirausahaan digital seperti konten kreator.

Meskipun data jumlah penduduk Kabupaten Toraja Utara sebanyak 50.800 dan didominasi oleh usia produktif, itu tidak mewakili jumlah pengguna Facebook di kabupaten tersebut, tetapi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penduduk, terutama yang berada dalam kelompok usia produktif, merupakan pengguna aktif media sosial, termasuk Facebook walaupun tidak terdapat data resmi mengenai jumlah pengguna Facebook di kabupaten tersebut. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Facebook memiliki peran signifikan sebagai ruang interaksi digital sekaligus peluang ekonomi bagi masyarakat Toraja Utara, terutama bagi generasi muda yang aktif, kreatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Adapun Taufiqurrahman dan rekan-rekannya dalam jurnalnya membahas manfaat media sosial bagi UMKM, seperti memudahkan interaksi dengan konsumen, promosi produk, dan mengumpulkan umpan balik. Platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp populer di kalangan pelaku UMKM karena familiar dan menjangkau *audiens* lebih luas. Namun, tantangan dalam pemasaran digital tetap ada, terutama terkait implementasi strategi yang efektif dan menghasilkan transaksi. Oleh karena itu, pelatihan

dan pendampingan dibutuhkan untuk membantu UMKM memaksimalkan manfaat media sosial dalam bisnis mereka.⁸

Selanjutnya, Rina Dian Rahmawati dan timnya meneliti pemberdayaan ekonomi digital di wilayah pedesaan melalui digitalisasi BUMDes Pulogedang Sejahtera. Tujuannya adalah menyediakan platform informasi, publikasi, dan promosi yang efektif untuk menampilkan potensi desa, seperti hasil pertanian dan produk UMKM. Salah satu langkah konkretnya adalah membangun website sebagai marketplace lokal. Pelatihan pemasaran berbasis teknologi juga penting untuk memastikan pengelola BUMDes memiliki keterampilan yang dibutuhkan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kemampuan pemasaran BUMDes di era digital.⁹

Peneliti selanjutnya mengenai pemberdayaan ekonomi berbasis konten adalah Dimas Satria Laksmana dan Arief Setyawan menjelaskan bahwa media sosial yang tengah populer saat ini membuka peluang besar bagi para pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk mempromosikan produk mereka secara efektif dan efisien. Dengan memanfaatkan media sosial, pelaku usaha dapat menghemat biaya pemasaran, memperluas jaringan, dan menjangkau konsumen dengan lebih mudah. Situasi pandemi yang

⁸ Taufiqurrahman, "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Dunia Digital di Era Covid-19," *Etos : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 3, no. 1 (2021): 25.

⁹ Rina Dian Rahmawati, "Pemberdayaan Ekonomi Desa Melalui Digitalisasi Badan Usaha Milik Desa," *Journal of Social Empowerment* 7, no. 2 (2022): 14.

membatasi aktivitas fisik semakin mendorong pelaku usaha untuk beralih ke platform digital sebagai sarana promosi dan transaksi. Media sosial kemudian dimanfaatkan bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai strategi pengembangan usaha. Melalui pelatihan dan pendampingan, para pelaku UMKM diberi bekal keterampilan pemasaran digital yang dapat membantu mereka memperkenalkan produk ke khalayak luas. Selain meningkatkan daya saing, penggunaan media sosial juga memungkinkan pemesanan online dan memberikan kenyamanan bagi pelanggan. Oleh karena itu, pemberdayaan ekonomi melalui media sosial menjadi langkah penting untuk memastikan keberlangsungan dan pertumbuhan usaha di era digital yang terus berkembang.¹⁰

Dari penelitian-penelitian di atas penulis memahami bahwa bahwa setiap tindakan memiliki dimensi teologis. Oleh sebab itu penelitian ini secara khusus akan melihat bagaimana aktivitas konten kreator di Facebook Profesional tidak hanya memengaruhi perekonomian masyarakat, tetapi juga memiliki dimensi sosial dan teologis. Dari perspektif sosio-teologis, penelitian ini akan mengkaji bagaimana interaksi sosial yang terjalin melalui konten digital dapat mencerminkan nilai-nilai spiritual, etika kerja, serta tanggung jawab moral. Selain itu, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana

¹⁰ Dimas Satria Laksmna dan Arief Setyawan, "Pemberdayaan Masyarakat Melalui Media Sosial Sebagai Media Promosi UMKM Era New Normal Di Desa Gunungsari, Kecamatan Kasreman, Kabupaten Ngawi," *Buletin Pemberdayaan Masyarakat dan Desa* 1, no. 1 (2021): 24.

pemanfaatan teknologi dalam berkonten dapat menjadi sarana pemberdayaan yang selaras dengan ajaran teologis mengenai kerja, kreativitas, dan kontribusi bagi kesejahteraan bersama.

B. Fokus Masalah

Yang menjadi perhatian khusus atau fokus masalah dari penelitian ini adalah aktivitas konten kreator di Facebook Profesional tidak hanya menjadi peluang ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai sosial dan teologis sebagai bentuk tanggung jawab moral dan spiritual dalam perspektif sosio-teologis.

C. Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan fokus perhatian pada masalah yang telah disorot, dapat dirumuskan pertanyaan penelitian: "Bagaimana pemberdayaan ekonomi berbasis konten melalui fitur Facebook Profesional di Toraja Utara dari perspektif sosio-teologis?"

D. Tujuan Penelitian

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemberdayaan ekonomi berbasis konten melalui fitur Facebook Profesional di Toraja Utara dari perspektif sosio-teologis.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai pemberdayaan ekonomi digital dalam perspektif sosio-teologis, khususnya dalam memahami bagaimana aktivitas konten kreator tidak hanya berdampak secara ekonomi tetapi juga memiliki nilai sosial dan spiritual. Selain itu, penelitian ini berkontribusi dalam pengembangan literatur tentang teologi kewirausahaan, etika kerja, dan tanggung jawab moral dalam era digital.

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi konten kreator, khususnya di Toraja Utara, dalam memanfaatkan fitur Facebook Profesional secara lebih efektif dan etis. Dengan memahami aspek sosial dan teologis dalam berkonten, kreator diharapkan mampu menghasilkan konten yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Dari aspek sosial dan spiritual, penelitian ini diharapkan dapat menginspirasi masyarakat untuk melihat kewirausahaan digital sebagai bagian dari tanggung jawab iman, di mana berkonten bukan sekadar mencari keuntungan, tetapi juga menjadi sarana membangun interaksi sosial yang positif dan mencerminkan nilai-nilai etika serta moral yang selaras dengan ajaran teologis.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memberi gambaran secara keseluruhan, penulisan ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan: Latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : Landasan Teori: Pemberdayaan ekonomi, konten kreator, fitur Facebook Profesional, sosiologi entrepreneurship, teologi entrepreneurship, pemberdayaan ekonomi dari perspektif sosio-teologis.

BAB III : Metode Penelitian: Jenis metode Penelitian dan alasan pemilihannya, tempat penelitian dan alasan penelitiannya, subjek penelitian/informan, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik pemeriksaan keabsahan data.

BAB IV : Temuan penelitian dan analisis: deskripsi hasil penelitian, analisis penelitian.

BAB V : Penutup: Kesimpulan dan saran.