

Urgensi Intelektualitas dan Kreativitas dalam Membuat Konten Digital di Era Society 5.0 Perspektif Gender

Wahyu Pratama, Aji Prasetya Wibawa*

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

*Penulis korespondensi, Surel: wahyu.pratama.2105356@students.um.ac.id

Paper received: 06-09-2022; revised: 15-09-2022; accepted: 29-09-2022

Abstract

Digital content has become a distinct trend during technological advances, especially in the era of *society* 5.0 with the latest inventions such as artificial intelligence. Creating digital content usually requires qualified intellect and creativity. In this context, gender may also have an influence on the level of intellectuality and creativity of everyone. The research was carried out using descriptive qualitative methods and literature studies seeking information from various literatures. The results obtained are an understanding of the relationship between intellect and creativity with digital content, the relationship between these 3 things will be studied from various literature. This point will discuss whether intellect and creativity have an influence on the quality of digital content produced. In the next point there is a discussion about how big the relationship between gender is with intellect and creativity. This question departs from the assumption that there are differences in the mindset of each gender. The last point is the development of digital content in the era of *society* 5.0. In the end, the results of the discussion obtained at this point will focus on how humans adapt during the growing development of artificial intelligence. It is feared that intelligence that is increasingly developing can replace humans, especially in terms of creating digital content.

Keywords: *society* 5.0; digital content; gender

Abstrak

Konten digital menjadi tren tersendiri di tengah kemajuan teknologi, terutama di era *society* 5.0 dengan adanya penemuan mutakhir seperti kecerdasan buatan. Dalam pembuatan konten digital biasanya memerlukan intelektualitas dan kreativitas yang mumpuni. Dalam konteks ini gender mungkin saja juga memberikan pengaruh terhadap tingkat intelektualitas dan kreativitas setiap individu. Penelitian dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dan studi kepustakaan yang mencari informasi dari berbagai literatur. Hasil yang diperoleh adalah pemahaman tentang kaitan intelektualitas dan kreativitas dengan konten digital, keterkaitan 3 hal tersebut akan dikaji dari berbagai literatur. Poin ini akan membahas tentang apakah intelektualitas dan kreativitas memberikan pengaruh pada kualitas konten digital yang dihasilkan. Pada poin selanjutnya ada pembahasan tentang seberapa besar hubungan gender dengan intelektualitas dan kreativitas. Pertanyaan ini berangkat dari asumsi adanya perbedaan pola pikir setiap gender. Poin terakhir adalah perkembangan konten digital di era *society* 5.0. Pada akhirnya hasil pembahasan yang diperoleh pada poin ini akan berfokus pada bagaimana cara manusia beradaptasi di tengah perkembangan kecerdasan buatan yang kian berkembang. Kecerdasan yang semakin berkembang dikhawatirkan dapat menggantikan manusia khususnya dalam hal pembuatan konten digital.

Kata kunci: *society* 5.0; konten digital; gender

1. Pendahuluan

Intelektualitas dan kreativitas merupakan 2 hal yang penting di sektor industri kreatif, termasuk pembuatan konten digital. Intelektualitas penting untuk dibahas karena menjadi bagian penting dalam pengelolaan pengetahuan yang dimiliki manusia. Hal tersebut akan mendukung implementasi dari hasil pemikirannya supaya menghasilkan produk yang baik.

Sementara itu, kreativitas juga tidak kalah penting karena berkaitan dengan cara berpikir manusia untuk menghasilkan hal baru atau mengembangkan sesuatu yang sudah ada.

Kreativitas diartikan sebagai pemikiran yang hasilnya adalah ide-ide yang baru dan berguna (Piliang, 2018). Ide-ide ini umumnya bersifat baru dan belum pernah ada sebelumnya. Sifat kreatif juga sering disandingkan dengan fantasi, imajinasi, estetis, dan sebagainya (Tabrani, 2006). Lantas seberapa penting kreativitas dan intelektualitas ini dalam pengembangan atau pembuatan konten digital?

Konten digital akhir-akhir ini sering diperbincangkan karena menjadi media hiburan baru sekaligus mata pencaharian bagi sebagian orang. Bahkan, banyak generasi saat ini yang lebih tertarik bekerja sebagai pembuat konten digital daripada pekerjaan-pekerjaan konvensional. Mulai dari pembuat konten berupa seni visual, audio, sampai tulisan.

Mengingat perkembangan teknologi yang semakin canggih tentunya pembahasan tentang konten digital memang semakin banyak. Inovasi di bidang teknologi hadir untuk semakin memudahkan pembuatan konten digital ini. Baik itu dari tahap pencarian ide, implementasi, sampai distribusi konten digital.

Sama seperti konten digital, era *society* 5.0 juga banyak dibicarakan oleh masyarakat dunia. *Society* 5.0 merupakan pemikiran yang menerapkan teknologi dalam membangun Revolusi Industri 4.0 dengan mengutamakan aspek kemanusiaan atau humaniora supaya dapat menyelesaikan berbagai masalah sosial sekaligus menciptakan keberlanjutan (Faruqi, 2019). Tingkat urgensinya semakin naik seiring dengan berkembangnya teknologi yang menyertainya. Masyarakat yang belum mampu memahami era ini mungkin tidak akan bisa berpartisipasi di dalamnya. Hal ini rentan membuat mereka tersisihkan suatu saat nanti.

Pada akhirnya intelektualitas, kreativitas, konten digital, dan *society* 5.0 adalah 4 aspek yang penting untuk diulas. Konten digital yang baik bersumber dari intelektualitas dan kreativitas yang dimaksimalkan. Media sosial adalah aspek yang tidak dapat dipisahkan dari *society* 5.0 karena kegunaannya yang dapat menciptakan globalisasi lewat informasi yang tersebar dengan sangat cepat dan kuat (Widiastuti 2020). Dengan konten digital dan pemanfaatan media sosial yang baik diharapkan manusia bisa tetap berkontribusi dalam era *society* 5.0.

Di luar sana sudah ada banyak penelitian yang membahas tentang topik ini. Beberapa di antaranya hadir dengan judul "*Innovation and Knowledge in the Digital Media Sector.*" yang ditulis oleh Preston pada tahun 2009, "*Intelligent Content Marketing with Artificial Intelligence*" oleh Kose pada tahun 2016, serta "*Industri Konten Digital dalam Perspektif society 5.0*" oleh Shiddiq Sugiono pada tahun 2020. Judul-judul lain masih banyak yang membahas topik serupa. Yang membedakan penelitian ini dengan judul tersebut adalah bahasannya yang akan fokus pada perspektif gender.

Pembahasan tentang kaitan intelektualitas dan kreativitas dengan gender memang penting karena setelah pria dan wanita memiliki perbedaan pola pikir. Ada studi yang mengemukakan bahwa perempuan dan wanita memiliki nilai kreativitas yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki dan pria, ada pula yang sebaliknya (Baer, 2008). Sementara itu, jika dilihat dari sisi intelektualitas kurang lebih tidak jauh berbeda. Hal ini tentunya akan berpengaruh pada kualitas konten digital yang dihasilkan masing-masing individu.

2. Metode

Artikel ilmiah ini ditulis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dan jenis penelitian yaitu studi kepustakaan atau *library research*. Merupakan metode yang dilakukan dengan mengumpulkan informasi ataupun karya tulis ilmiah yang berkaitan dengan *society* 5.0, intelektualitas dan kreativitas, serta gender yang bersifat kepustakaan. Penelitian ini dilakukan dengan mengkombinasikan penelitian deskriptif dan kualitatif. Sumber referensi utama yang digunakan adalah karya tulis ilmiah sebelumnya yang berkaitan dengan *society* 5.0, intelektualitas, kreativitas, dan gender.

Terkait dengan metode yang digunakan di sini, I Made Winarta (2006) menyampaikan jika metode analisis deskriptif qualitative dapat diartikan sebagai metode berisi proses analisis, penjabaran, serta ringkasan yang berasal dari berbagai kondisi yang diperoleh dari kumpulan informasi. Informasi tersebut dapat bersumber dari hasil wawancara maupun pengamatan secara langsung di lapangan terkait masalah atau topik yang sedang diteliti dan dibahas. Jadi, dari metode ini akan diperoleh data yang akurat sesuai dengan konteks permasalahan yang diteliti.

Sementara itu, Sugiyono (2008) memaknai penelitian kualitatif deskriptif sebagai sebuah proses yang menerapkan filsafat postpositivisme sebagai landasan utamanya. Pada dasarnya hal ini umum diterapkan saat melakukan penelitian pada kondisi objektif dan peneliti bertugas sebagai instrument kunci. Jadi, dalam metode penelitian ini kemampuan peneliti dalam memahami literatur yang dipelajari adalah modal penting untuk memperoleh hasil yang optimal. Peneliti perlu mengkaji setiap literatur yang dibaca untuk menarik kesimpulan dan memperoleh *insight* baru setelah membaca berbagai literatur.

Penelitian yang dilakukan ini memiliki tujuan agar para pembaca bisa lebih memahami dan mengerti tentang kaitan *society* 5.0, intelektualitas, kreativitas, dan gender secara jelas. Diharapkan kedepannya para pembaca memperoleh inspirasi untuk meneliti hal ini lebih lanjut dari perspektif lain yang belum pernah dibahas dan menghasilkan karya tulis yang berkualitas. Untuk tujuan tersebut hasil penelitian ini nantinya diharapkan bisa dijadikan sebagai rujukan tambahan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Kaitan Kreativitas dan Intelektualitas dengan Konten Digital

Kemampuan intelektual seorang desainer didasarkan pada kreativitasnya, yakni kemampuan untuk merencanakan dan melaksanakan serangkaian kegiatan dengan tujuan meningkatkan kualitas dan memecahkan masalah sesuai kebutuhan (Rizali, 2020). Dalam hal ini kreativitas dan intelektualitas seseorang sangat berpengaruh dalam menciptakan konten digital yang relevan. Seseorang yang kreatif akan mampu memikirkan ide konten digital yang baru dan mampu menyampaikan informasi. Contohnya adalah menuangkan kreativitas dalam pembuatan skrip dialog dalam video komedi. Seperti yang bisa kita lihat saat ini dalam video-video pendek di platform TikTok, YouTube Short, Reels Instagram, dan sebagainya.

Kadar intelektualitas yang tinggi mampu membantu seorang pembuat konten digital untuk memperoleh *insight dari* permasalahan di lingkungan sekitarnya. Dari sana dirinya dapat memperoleh ide konten digital, mengolahnya menjadi skrip video ataupun grafis, dan mewujudkannya menjadi konten digital. Para pembuat konten digital harus memiliki keterampilan yang menggabungkan antara teknologi dan kreativitas budaya sehingga profesi

ini memiliki perbedaan yang signifikan dengan pekerjaan yang tidak memprioritaskan kreativitas (Jung, 2007).

Selama mengolah konten tersebut menjadi konten digital, desainer juga bisa menambahkan ide-ide kreatif yang dimilikinya. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru atau setidaknya menambahkan hal baru ke dalam sesuatu yang sudah ada sebelumnya. Terlebih lagi jika ide konten tersebut muncul dari konten-konten yang sudah ada sebelumnya. Hal ini tentu juga berkaitan dengan larangan plagiasi yang harus dihindari atau peraturan tentang *copyright*.

Dengan demikian maka dapat dipahami bahwa intelektualitas dan kreativitas memegang peranan penting dalam menghasilkan konten digital yang baik. Dengan menuangkan semua intelektualitas dan kreativitas yang dimiliki maka seorang individu atau kelompok dapat menghasilkan karya yang luar biasa. Lebih lanjut lagi, saat pembuatan konten digital diprakarsai oleh lebih dari 1 orang maka di sana juga akan terjadi penggabungan sudut pandang.

3.2. Kaitan Gender dengan Kreativitas dan Intelektualitas

Berdasarkan penelitian yang disimpulkan oleh Baer dan Kaufman (2008) dalam "*Gender Differences in Creativity*" dari berbagai tes kreativitas yang dilakukan maka secara keseluruhan perempuan dan wanita lebih unggul dibandingkan laki-laki dan pria. Namun, di sana juga dijelaskan bahwa hasil tersebut juga dipengaruhi oleh lingkungan dan latar belakang setiap orang. Pengalaman berbeda yang dimiliki setiap orang akan mempengaruhi tingkat kreativitas yang dimilikinya.

Sebelumnya sudah dibahas bahwa kreativitas dan intelektualitas mempunyai kaitan yang erat. Maka, bisa disimpulkan pula bahwa faktor yang berpengaruh besar untuk intelektualitas juga sama dengan kreativitas. Latar belakang, pengalaman, dan lingkungan tempat tinggal sangat berpengaruh. Menurut Baer dan Kaufman (2008) diperlukan tes kreativitas yang lebih kompleks untuk menentukan gender mana yang lebih baik.

Banyak juga yang menganggap bahwa wanita umumnya lebih emosional dan pria cenderung berpikir rasional dalam menanggapi berbagai masalah. Lantas, apakah ini berpengaruh besar terhadap kreativitas dan intelektualitas mereka? Jawabannya adalah iya, hal ini memang menjadi aspek yang membuat pola pikir mereka memiliki perbedaan. Namun, tetap saja faktor sosial adalah hal yang berpengaruh besar seperti yang telah dipaparkan sebelumnya.

Dengan latar belakang yang berbeda, baik pria ataupun wanita mampu menghasilkan karya yang berbeda. Tingkat kreativitas dan intelektualitas orang yang berpendidikan tinggi dengan rendah umumnya akan memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaan pola pikir ini juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan tempat tinggal. Tingkat kreativitas pria yang hidup di daerah pantai dengan wanita yang hidup di perkotaan tentunya akan berbeda. Kemampuan untuk mengembangkan hal baru juga dipengaruhi oleh pengalaman yang dimiliki masing-masing orang. Mungkin dari apa saja yang telah ia alami, trauma masa lalu, dan lingkungan tempat dirinya dibesarkan.

3.3. Perkembangan Konten Digital di Era Society 5.0

Dalam industri, konsep Society 5.0 merujuk pada kemampuan industri untuk mengembangkan perekonomiannya secara berkelanjutan (Fukuyama 2018; Potočan et al, 2020). Ekonomi berkelanjutan sendiri berfokus pada pemanfaatan sumber daya seefisien mungkin, tetapi hasilnya tetap maksimal. Konsep inilah yang akan diterapkan dalam pembuatan konten digital di era *society* 5.0. Konsep ini tentunya bertujuan untuk menghemat sumber daya yang dimiliki dengan tetap menghasilkan produk yang maksimal.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terciptanya inovasi sosial digital yang memungkinkan kolaborasi dalam menyelesaikan berbagai tugas (Serpa et al, 2019). Dalam konteks ini tugas yang dimaksud adalah produksi, distribusi, dan konsumsi konten digital yang bisa berjalan secara bersamaan. Seperti yang kita lihat saat ini pembuatan, penyebaran, dan konsumsi konten digital bisa dijalankan dalam 1 platform. Contohnya adalah TikTok, YouTube Short, Reels Instagram, dan sebagainya yang mendukung ketiga fungsi tersebut. Pengguna yang ingin membuat, menyebarkan, ataupun menikmati konten tersebut tidak memerlukan banyak platform tambahan.

Aspek utama yang memungkinkan industri konten digital tumbuh dan terus menghasilkan produk baru dengan kebaruan adalah inovasi yang berasal dari kreativitas manusia (Rupo et al, 2008). Sampai masuk ke era *society* 5.0 pun nyatanya konsep kreativitas masih jadi hal yang penting dalam pembuatan konten digital. Hal ini tentu jelas mengingat konten digital memang berangkat dari keinginan untuk membuat hal baru atau mengembangkan dan meng-*upgrade* sesuatu yang sebelumnya sudah ada. Dalam prosesnya pemikiran yang kreatif sangat dibutuhkan untuk membuat konten digital yang baik.

Membicarakan tentang *society* 5.0 tentunya tidak bisa lepas dari pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih. Salah satu yang menjadi perhatian adalah perkembangan *Artificial Intelligence* dan *Internet of Things* (IoT). Teknologi memungkinkan manusia untuk lebih mudah dan efisien menemukan solusi untuk berbagai masalah sosial dan menggantikan pekerjaan fisik bahkan jadi lebih mudah (Potočan et al, 2020). Pembuatan konten digital pun saat ini sudah bisa dibantu oleh *Artificial Intelligence* dari aspek pencarian ide. Bahkan, sudah banyak *Artificial Intelligence* yang mampu “membuat” konten digital sendiri, mulai dari pencarian ide, perancangan, sampai hasil akhir. Mulai dari desain grafis, video, dan lain-lain yang dulunya memerlukan waktu lama dan pemikiran yang tidak mudah bagi kita untuk membuatnya.

Karena hal ini tentunya banyak pembuat konten digital yang khawatir kalau pekerjaan mereka akan tergantikan *Artificial Intelligence*. Kekhawatiran ini tentunya sangat beralasan mengingat perkembangan *Artificial Intelligence* yang kian pesat. Tantangan itulah yang sebenarnya ingin dijawab oleh konsep *society* 5.0. Perancangan konsep Society 5.0 bertujuan untuk membangun masyarakat yang berpusat pada manusia, di mana pertumbuhan ekonomi dan solusi terhadap berbagai permasalahan dapat diwujudkan, dan setiap orang dapat menikmati kehidupan yang berkualitas (Fukuyama, 2018). Dengan konsep ini diyakini bahwa peran manusia tidak akan tergantikan oleh *Artificial Intelligence*. Manusia masih berperan penting dalam pembuatan konten digital dan *Artificial Intelligence* hanya akan berkontribusi dalam membantu dan memudahkan pekerjaannya.

Jika dikaitkan dengan konteks sebelumnya, yaitu kreativitas dan intelektualitas maka manusia masih bisa unggul dibandingkan *Artificial Intelligence*. Bentuk kecerdasan buatan yang dikembangkan sampai saat ini (dan mungkin kedepannya) masih kesulitan untuk memmanifestasikan bentuk emosi atau perasaan. Jadi, pada akhirnya kecerdasan ini hanya mampu menghasilkan ide konten yang “dianggap” akan disukai oleh orang lain. Mereka tidak benar-benar memahami perasaan manusia dan membuat ide dari pemahaman tersebut. *Artificial Intelligence* mungkin mampu memberikan rekomendasi ide berdasarkan hal-hal yang bersifat rasional. Namun, pihak pengambil keputusan terkait ide mana yang akan diimplementasikan tetaplah manusia itu sendiri.

4. Simpulan

Pembuatan konten digital tidak bisa lepas dari kreativitas dan intelektualitas yang dimiliki masing-masing individu. Dengan kadar yang berbeda dapat menghasilkan konten digital dengan kualitas yang berbeda pula. Kreativitas dan intelektualitas yang dimiliki individu sendiri tidak terlalu dipengaruhi oleh gender, tetapi lebih terpengaruh oleh faktor sosial seperti latar belakang atau tempat tinggalnya. Sementara itu, di era *society 5.0* yang dibarengi dengan perkembangan teknologi peran manusia tetap tidak tergantikan. Kehadiran teknologi seperti *Artificial Intelligence* hanyalah untuk membantu memudahkan pekerjaan. Dalam pembuatan konten digital manusia tetap memegang peran kunci sebagai pencari ide. Mungkin *Artificial Intelligence* dapat memberikan rekomendasi ide yang sedang *trending* atau ide yang mungkin disukai. Namun, pada akhirnya manusia yang akan memilih ide mana yang hendak diimplementasikan dalam bentuk konten. Kondisi yang mungkin mendasari pemilihan idenya tentu saja dari kecerdasan emosional atau perasaan yang belum bisa dimiliki oleh *Artificial Intelligence*.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Bapak Aji Prasetya Wibawa yang telah membimbing dalam penelitian ini. Beliau telah memberi *insight* terkait topik yang bisa dibahas serta membantu menemukan perspektif baru dari penelitian ini. Jadi, walaupun topik serupa sudah pernah dibahas, tetapi ada *insight* baru yang masih bisa dieksplor lagi. Dengan demikian diharapkan tulisan ini dapat memperkaya pustaka pengetahuan terkait topik yang dibahas. Selain itu, Beliau juga sudah membanatu pengecekan plagiasi agar tingkat plagiasi dalam tulisan ini dapat diminimalisir. Hal ini tentunya penting untuk meningkatkan originalitas dari karya yang dipublikasikan.

Daftar Rujukan

- Baer, J., & Kaufman, J. C. (2008). *Gender differences in creativity*. In *Journal of Creative Behavior* (Vol. 42, Issue 2, pp. 75–105). Creative Education Foudation.
- Faruqi, Umar Al. (2019). *Future Service in Industry 5.0*. *Jurnal Sistem Cerdas 2* (1): 67–79.
- Fukuyama, Mayumi. (2018). *Society 5.0: Aiming for a New Human-Centered society*. *Japan SPOTLIGHT 27* (August): 47–50.
- I Made Wirartha (2006). *Metodologi Penelitian Sosial Ekonomi*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Jung, Nanji. (2007). *Sources Of Creativity and Strength in The Digital Content Industry in Seoul: Place, Social Organization and Public Policy*. Cornell University.
- Piliang, Yasraf Amir. (2018). *Medan Kreativitas, Memahami Dunia Gagasan*. Yogyakarta. Cantrik Pustaka.
- Potočan, Vojko, Matjaž Mulej, and Zlatko Nedelko. (2020). “*Society 5.0: Balancing of Industry 4.0, Economic Advancement and Social Problems.*” *Kybernetes*.

- Ridwan, M., Ulum, B., Muhammad, F., Indragiri, I., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2021). *Pentingnya Penerapan Literature Review pada Penelitian Ilmiah (The Importance of Application Of Literature Review In Scientific Research)*. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42–51.
- Rizali, A. E. N. (2020). *Intelektualitas Dan Kreativitas Desainer Sebagai Peluang Meningkatkan Industri Kreatif*. *Seminar Nasional Envisi*, 1–16.
- Rupo, Daniela, Mirko Perano, Giovanna Centorrino, and Alfonso Vargas Sanchez. (2018). *A Framework Based on Sustainability, Open Innovation, and Value Cocreation Paradigms-A Case in an Italian Maritime Cluster*. *Sustainability (Switzerland)* 10 (3).
- Serpa, Sandro, and Carlos Miguel Ferreira. (2019). *society 5.0 and Sustainability Digital Innovations: A Social Process*. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict* 23 (1): 1–14.
- Sugiono, S. (2020). *Industri Konten Digital dalam Perspektif society 5.0*. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 22(2), 175–191.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, hlm. 81.
- Tabrani, P. (2006). *Kreativitas dan Humanitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Widiastuti, Tuti. (2020). *Ethnomethodology Study of Digitalized Social Communication Apprehension among Basmala Youth Community*. *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia* 5 (1): 42–51.