



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

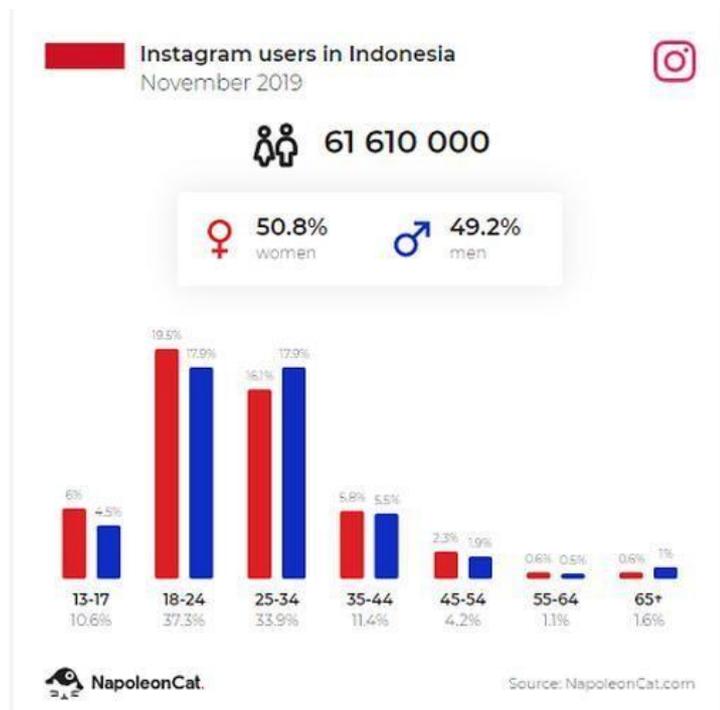
Perkembangan teknologi yang pesat mendorong media konvensional di Indonesia memanfaatkan media sosial dalam penyebaran beritanya. Media sosial di berbagai *platform* memudahkan penggunanya melakukan komunikasi bahkan dalam jangkauan yang lebih luas melalui berbagai aplikasi yang disuguhkan. Pada zaman dulu, masyarakat hanya membaca berita melalui media cetak berupa koran dengan foto dan gambar saja, tetapi sekarang orang juga bisa membaca berita dengan mudah dan tidak membosankan melalui media sosial. Data yang dipaparkan Reuters Institute, 51% responden memanfaatkan media sosial sebagai sumber berita. Koran tidak lagi dilirik sebagai sumber utama informasi mereka (Luthfi, A, 2019).

Media sosial merupakan salah satu media untuk melakukan promosi dan memberikan informasi mengenai sebuah perusahaan. Data yang diperoleh dari Reuters Institute juga mengungkapkan bahwa anak muda merupakan generasi yang mengandalkan media sosial sebagai tempat utama memperoleh berita dibandingkan media konvensional seperti televisi. Terdapat 28% anak muda berusia 18 hingga 24 tahun yang mengungkapkan bahwa media sosial menjadi sumber utama untuk mendapatkan berita dibandingkan televisi. (Luthfi.A, 2019).

Di era digital ini, pemenuhan kebutuhan masyarakat akan berita dapat diperoleh melalui *Instagram*, bisa dengan video singkat atau mengunggah foto dengan caption (keterangan foto). Definisi media sosial *Instagram* menurut para ahli adalah sebuah kelompok aplikasi menggunakan basis internet dan teknologi web.2.0 yang memungkinkan pertukaran dan penciptaan *user generated content* (Kaplan & Haelein, 2014, h. 26). Berdasarkan berbagai definisi, dapat disimpulkan media sosial adalah media online berbasis internet untuk memudahkan penggunanya dalam berpartisipasi dengan cepat melalui bentuk-bentuk media

sosial, seperti blog, wiki, jejaring sosial, forum dan dunia virtual.

Gambar 1.1 Pengguna *Instagram* Di Indonesia November 2019



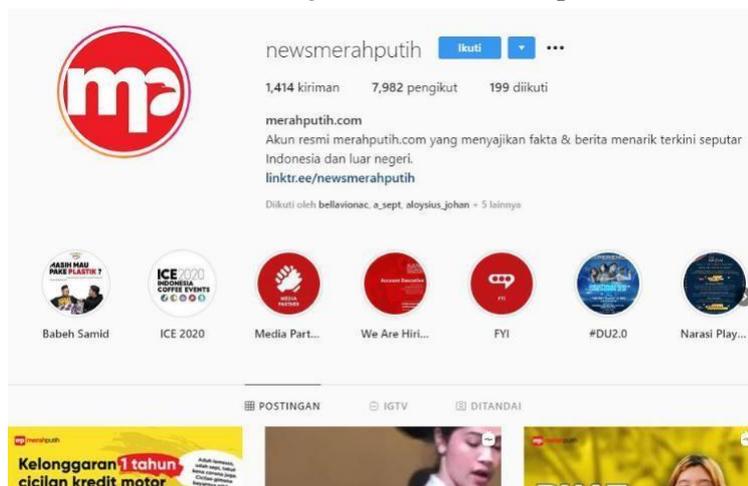
Sumber : <https://tekno.kompas.com>

Data yang diperoleh dari perusahaan analis *Sosial Media Marketing*, NapoleonCat menyebutkan bahwa seperempat total penduduk Indonesia adalah pengguna Instagram. Pengguna *Instagram* berusia 18-24 tahun menjadi kelompok usia pengguna paling besar di Indonesia dengan total presentase 37,3 persen atau sekitar 23 juta pengguna (Pertiwi, W, 2019).

Portal berita sendiri juga memanfaatkan media sosial untuk membantu penyebaran informasi. PT Merah Putih Media merupakan salah satu portal berita *online* yang berfokus untuk menghadirkan informasi positif serta inspiratif kepada setiap pembaca. PT Merah Putih Media ini juga memiliki target market remaja dengan harapan dapat menginspirasi orang lain. Hal ini tentunya selaras dengan data yang diperoleh bahwa sebagian besar pengguna media sosial *Instagram* adalah remaja dengan rentang umur 18-24 tahun. Oleh karena itu, konten dan *caption* dari *Instagram* @newsmerahputih harus dikemas sesuai dengan visi dan misi dari perusahaan.

Pengelolaan *Instagram* PT Merah Putih Media ditugaskan kepada divisi *Social Media Marketing*. Divisi ini bertugas untuk membuat konten *feeds* dan *snagram*, membuat infografis, dan membuat *caption* yang menarik. Chary (2014, h. 11) berpendapat bahwa *Social Media Marketing* mengacu pada proses mendapatkan kunjungan situs *website* atau perhatian melalui situs media sosial. Program *Social Media Marketing* biasanya berpusat pada usaha untuk menciptakan konten yang menarik perhatian dan mendorong pembaca untuk berbagi dengan jaringan sosial mereka. Hal ini menekankan bahwa pentingnya divisi *Social Media Marketing* dalam keberhasilan sebuah bisnis. Mengingat praktisnya akses media sosial untuk mempromosikan barang atau jasa dan juga dapat memberikan informasi mengenai sebuah perusahaan dengan lebih menarik.

Gambar 1.2 *Instagram* @newsmerahputih



Sumber : www.instagram.com/newsmerahputih

Gambar 1.3 Contoh Konten *Instagram* @newsmerahputih



Sumber : www.instagram.com/newsmerahputih

Tidak hanya media sosial *Instagram*, pemanfaatan media sosial *Twitter* dan *Facebook* juga masih efektif pada zaman sekarang ini. Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh CupoNation dari Statista per 25 Juni 2019, jumlah pengguna *Facebook* di Indonesia mengalahkan Meksiko, Filipina, Vietnam, dan Thailand. Total pengguna *Facebook* Tanah Air pada awal 2019 mencapai 120 juta atau 44,94% dari total populasi. Berdasarkan data NapoleonCat yang dikumpulkan oleh CupoNation, pengguna Facebook di Indonesia didominasi oleh laki-laki, yakni 11% lebih banyak dari perempuan (Fauzan, R, 2019). Selain itu, Indonesia juga menjadi negara kelima terbesar pengguna *Twitter* di bawah Inggris dengan pengguna sebanyak 19,5 juta orang (Kominfo, 2019).

Hal-hal di atas yang menimbulkan ketertarikan untuk melaksanakan praktik kerja magang di PT Merah Putih Media. Gaya bahasanya yang menyasar anak muda sebagai target market dirasa sesuai dengan umur peserta magang. Selain itu, visi dan misi dari PT Merah Putih Media yang ingin meningkatkan kepedulian remaja terhadap pemberitaan yang sedang *booming* juga merupakan salah satu ketertarikan untuk melaksanakan praktik kerja magang

1.2 Tujuan Kerja Magang

Secara umum, tujuan kerja magang ini adalah untuk memenuhi persyaratan kuliah dan mengimplementasikan proses pembelajaran selama masa perkuliahan. Selain itu, tujuan dari praktik kerja magang yang dilakukan antara lain:

1. Untuk mempelajari aktivitas *Social Media Marketing* di PT Merah Putih Media.
2. Untuk mendapatkan *hardskill* dan *softskill* yang diperoleh dari praktik *Social Media Marketing* di PT Merah Putih Media.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilakukan selama tiga bulan. Kerja magang tersebut dilaksanakan sejak tanggal 31 Januari 2020 – 29 April 2020 yang berlokasi di Merah Putih Media dengan waktu pelaksanaan sebagai berikut:

Hari	Waktu	Istirahat
Senin, Selasa, Rabu, Kamis, Jumat	09.00 – 18.00 WIB	12.00 – 13.00 WIB

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan prosedur yang perlu dilakukan dalam pelaksanaan kerja magang:

1.3.2.1 Pengajuan Kerja Magang

- a. Mengisi dan mengajukan Formulir Pengajuan Kerja Magang (KM 01) kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan surat pengantar kerja magang yang akan diajukan ke PT Merah Putih Media.
- b. Datang langsung ke PT Merah Putih Media dengan membawa *Curriculum Vitae* (CV), transkrip nilai sementara, dan surat pengantar kerja magang yang telah disetujui oleh Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, ke bagian *Humas Resources Department* PT Merah Putih Media.
- c. Diwawancarai oleh Jourdy Irawan selaku HRD PT Merah Putih Media.
- d. Memberikan surat penerimaan magang dari PT Merah Putih Media kepada pihak kampus agar penulis bisa mendapatkan kartu kerja magang, formulir absensi, formulir hasil penilaian praktik kerja magang yang nantinya akan ditandatangani oleh pembimbing lapangan.
- e. Setelah periode magang berakhir, mahasiswa mendapatkan penilaian akhir dari pembimbing lapangan dan pernyataan resmi dari perusahaan dalam bentuk surat pernyataan telah selesai melakukan magang di PT Merah Putih Media.

f. Membuat laporan magang.

1.3.2.2 Tahap Pelaksanaan

Praktik kerja magang di Merah Putih Media dilaksanakan selama tiga bulan yang dibimbing oleh Wiwit Purnama Sari selaku koordinator divisi *Social Media Marketing*. Dalam melaksanakan kerja magang, terdapat aturan-aturan yang berlaku di perusahaan dan perlu dipatuhi. Kewajiban untuk menyelesaikan setiap tugas yang diberikan, dan menyesuaikan diri dengan rekan kerja sekantor.

1.3.2.3 Tahap Akhir

Pada tahap akhir praktik kerja magang, diwajibkan untuk membuat laporan yang berkaitan dengan seluruh kegiatan yang sudah dilakukan selama melaksanakan praktik magang di PT Merah Putih Media. Dalam proses pembuatan laporan kerja magang, bimbingan akan dilakukan oleh dosen yang telah ditentukan oleh kepala program studi Ilmu Komunikasi agar konten dan sistematikan penulisan sesuai dengan kesepakatan yang telah diberlakukan.

Laporan praktik magang yang telah selesai kemudian akan diperiksa kembali oleh dosen yang bersangkutan untuk mendapatkan persetujuan, kemudian dikumpulkan sesuai dengan periode pengumpulan yang telah ditentukan. Setelah itu, laporan praktik kerja magang akan dipresentasikan dalam sidang magang sebagai tahap akhir pelaksanaan praktik kerja magang