Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

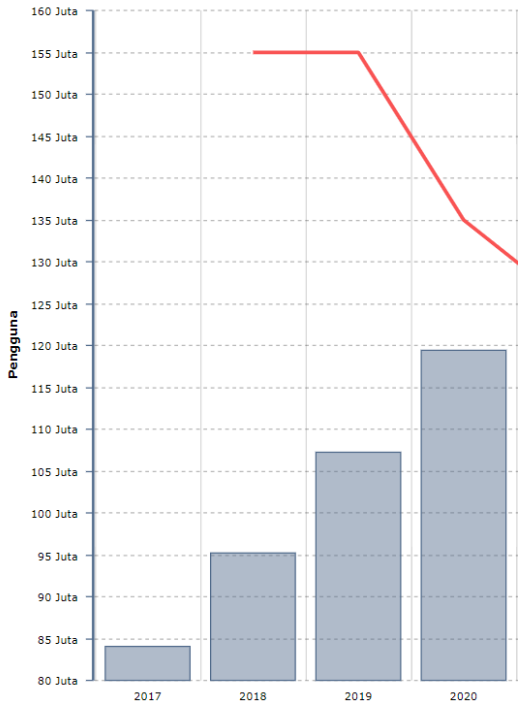
Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Meningkatnya perkembangan teknologi digital yang sangat pesat memberikan dampak yang besar juga terhadap kegiatan organisasi. Seiring dengan perkembangannya, teknologi digital mengalami perluasan makna, dari yang awalnya berwujud menjadi benda yang tidak berwujud dan dimanfaatkan oleh organisasi untuk berprestasi. Selain itu, teknologi digital dapat memenuhi kebutuhan organisasi dengan cepat namun menunjukkan hasil yang lebih baik.

Gambar 1.1 Proyeksi Pengguna Internet di Indonesia 2017-2020



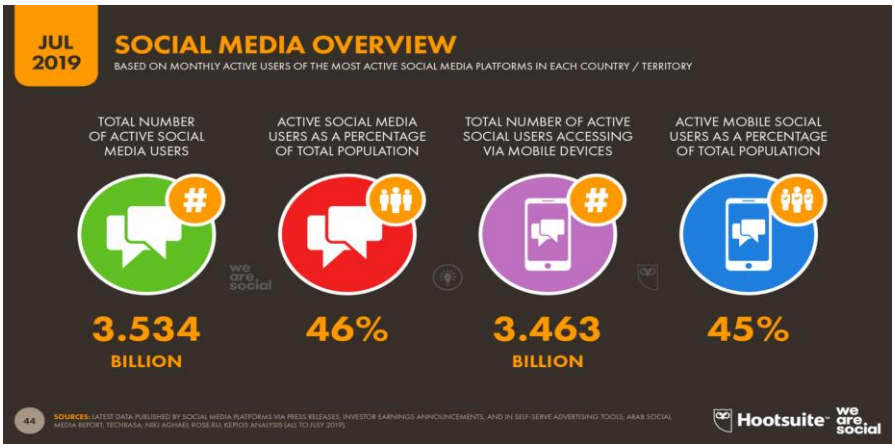
Sumber: databoks.katadata.co.id

Dalam laporan survei Pengguna Internet di Indonesia tahun 2017-2020 yang diterbitkan pada 9 September 2019 lalu, menunjukkan pengguna Internet di Indonesia pada 2018 sebanyak 95,2 juta, tumbuh 13,3% dari 2017 yang sebanyak 84 juta pengguna. Pada tahun selanjutnya jumlah pengguna semakin meningkat di tahun 2019

dengan proyeksi tumbuh dari 12,6%, yaitu menjadi 107,2 juta pengguna. Pada tahun 2020 jumlah pengguna Internet tumbuh sebanyak 12,2% menjadi 119,4 juta pengguna.

Tingkat adopsi *Internet* yang tinggi memungkinkan banyak peluang di setiap industri perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen secara digital. Selain itu, ada banyak permasalahan yang dapat dipecahkan melalui teknologi digital yang dapat dimanfaatkan untuk berkreativitas oleh organisasi. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi digital adalah berkembangnya bisnis *online brand* di Indonesia dengan sangat pesat. Hal ini menandakan di era globalisasi ini pemanfaatan teknologi digital sudah mulai diakui keberadaanya. Pertumbuhan teknologi digital seperti media sosial atau aplikasi sosial disebabkan karena perkembangan internet dan adanya perubahan perilaku konsumen.

Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Media Sosial



Sumber: w*earesocial.com*

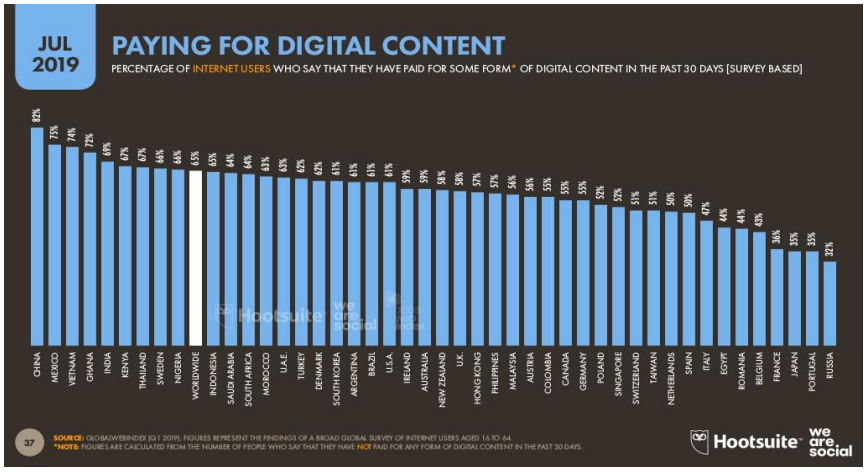
Dalam laporan "*Global Social Media Users Pass 3.5 Billion*" yang diterbitkan tanggal 17 Juli 2019, jumlah pengguna aktif media sosial di dunia meningkat pesat selama satu tahun dengan total 3,5 milyar pengguna di dunia. Sebanyak lebih dari 46% dari total penduduk di dunia menggunakan media sosial. Data tersebut menunjukkan bahwa masyarakat luas memiliki ketertarikan dan mendapatkan keuntungan dengan menggunakan produk digital. Salah satunya adalah layanan produk digital dapat memenuhi kebutuhan akan aktivitas dan hiburan bagi pengguna, selain itu produk

digital dapat membagikan pesan dengan mudah dan menjangkau pasar yang luas bagi sebuah *brand*.

Banyak hal yang membuat sebuah produk digital atau aplikasi menjadi penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan. Perusahaan dapat menciptakan saluran pemasarannya sendiri kepada konsumen secara langsung melalui *platform* medianya sendiri. Dengan adanya saluran pemasaran sendiri, perusahaan dapat dengan mudah berinteraksi dengan penggunanya dan pesan atau informasi yang ingin disampaikan dapat dengan mudah diterima oleh pengguna, contohnya dengan notifikasi pengingat.

Melalui notifikasi pengingat, perusahaan dapat membangun dan meningkatkan keterlibatan pengguna dengan produk digital yang ditawarkan. Namun, penting untuk diketahui walaupun teknologi digital tersebut mengambil peran penting dalam sebuah *brand*, tidak dapat dihindari bahwa konten yang dilakukan untuk penyebaran informasi menjadi faktor yang penting untuk membantu tercapainya tujuan perusahaan. Sehingga diperlukan tenaga profesional yang dapat membuat konten yang menarik dan unik untuk disebarkan ke pengguna. Dalam hal ini, perusahaan dapat menciptakan divisi *marketing communication* yang dapat menghasilkan tulisan dan mengawasi agar konten yang dihasilkan sesuai dengan standar *brand*.

Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Internet Yang Menerima Konten Berbayar



Sumber: w*earesocial.com*

Berdasarkan data yang didapatkan dari w*earesocial.com* bulan juli 2019, Indonesia menempati peringkat ke-11 di dunia dengan total 65% populasi penduduk negara yang pengguna internetnya tidak keberatan untuk membayar konten digital dari media sosial. Hal tersebut membuka peluang bagi perusahaan untuk menyediakan layanan digital tidak berbayar untuk dinikmati oleh penggunanya. Seperti Instagram dan Facebook, produk digital milik PT. Kreasi Kode Digital yakni LINIPOIN juga memberikan penawaran yang sama dalam aplikasinya. Segala aktivitas yang dilakukan dalam aplikasi dapat dinikmati secara gratis. Namun yang menjadi pembeda adalah siapa saja yang beraktivitas dalam aplikasi LINIPOIN akan mendapatkan poin yang dapat ditukarkan dengan hadiah.

Hal tersebut yang membangun ketertarikan dalam menjadi bagian dari perusahaan yang memiliki produk atau layanan digitalnya sendiri dan mengkaji aktivitas *content writing* pada aplikasi LINIPOIN di PT. Kreasi Kode Digital yang memegang peran besar dalam keberhasilan perusahaan dengan bantuan teori *content writing* dan media sosial. Selain itu, pengalaman praktis aktivitas dunia kerja secara nyata dalam PT. Kreasi Kode Digital membantu mempelajari secara langsung kemampuan untuk mengembangkan bisnis melalui komunikasi yang tepat dengan cara memanfaatkan teknologi digital. Diharapkan setelah melaksanakan praktik kerja magang di PT. Kreasi Kode Digital dapat berkarir menjadi lebih baik untuk kedepannya ketika terjun ke masyarakat karena sudah tidak asing dengan dunia kerja.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Sebagai mahasiswa *Public Relations* lulusan Universitas Multimedia Nusantara yang terakreditasi A, tentunya ingin menjadi mahasiswa yang kompeten di bidang komunikasi bukan hanya teori saja namun juga secara praktis. Dengan menjalani praktik kerja magang, diharapkan dapat menyeimbangkan konsep teoritis dan pengalaman praktis di dunia kerja secara langsung sehingga dapat berkarir menjadi lebih baik untuk kedepannya ketika terjun ke masyarakat karena sudah tidak asing dengan dunia kerja. Tujuan dari praktik kerja magang yang dilakukan adalah

Mengetahui aktivitas *content writing* pada aplikasi LINIPOIN di PT. Kreasi Kode Digital (Codify).

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang dilaksanakan selama 60 hari kerja, yakni terhitung mulai pada tanggal 4 Februari 2020 – 29 April 2020. Dalam jangka waktu periode magang, terdapat 2 Selama menjalani praktik kerja magang, mahasiswa wajib mengikuti seluruh prosedur yang ditetapkan oleh perusahaan. Waktu kerja di PT Kreasi Kode Digital berlangsung setiap hari Senin hingga Jumat mulai pukul 09.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB. Pengisian absen mahasiswa magang dilakukan secara *online* yang disetujui dan ditandatangani oleh Kinstie Fans selaku supervisor lapangan.

Berikut ini adalah prosedur pengajuan kerja magang yang diikuti mahasiswa:

a. Secara resmi telah mengambil KRS magang dengan beban kredit 4 sks sesuai dengan panduan untuk pelaksanaan kegiatan kerja magang.
b. Mengirimkan surat lamaran dan CV kepada perusahaan yang sesuai dengan bidang ilmu agar dapat menambah pengalaman kerja sekaligus mengaplikasikan ilmu perkuliahan.
c. Mengajukan Permohonan Kerja Magang (Form KM-01) kepada pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara (UMN) untuk meminta persetujuan Kepala Program Studi *Strategic Communication* melakukan praktik kerja magang di PT Kreasi Kode Digital.
d. Mengajukan Surat Pengantar Kerja Magang (Form KM-02) yang telah ditandatangani dan dicap oleh Ketua Program Studi *Strategic Communication* untuk diserahkan kepada PT Kreasi Kode Digital sebagai prosedur untuk menjalani praktik kerja magang selama 60 hari.
e. Bertemu dengan dosen pembimbing magang sesuai program studi yang bersangkutan untuk pembekalan penulisan laporan magang.
f. Mendapatkan Surat Konfirmasi Penerimaan Magang yang menandakan mahasiswa telah diterima sebagai peserta magang dari PT Kreasi Kode Digital.

Surat tersebut ditandatangani disertai cap resmi perusahaan dan kemudian surat asli diserahkan langsung kepada Admin Prodi Ilmu Komunikasi di UMN gedung A lantai 6 dan lampiran copy 1 lembar kepada BAAK di C 204 sebagai prasyarat pengambilan formulir kerja magang lainnya (Form KM-03 - KM-07).

g. Mengurus dokumen keperluan magang di BAAK, seperti Kartu kerja Magang, Formulir Kehadiran Kerja Magang, Formulir Realisasi Kerja Magang, dan Formulir Laporan Penilaian Kerja Magang. Dokumen tersebut diisi selama praktik kerja magang berlangsung dan ditandatangani oleh supervisor di lapangan (dalam hal ini adalah Kinkstie Fans) dan dikirim kembali kepada pihak UMN.

h. Selama periode praktik kerja magang, mahasiswa melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing minimal 4 kali pertemuan dengan waktu yang telah ditentukan untuk menyelesaikan laporan magang.

i. Laporan magang yang telah disetujui dan ditandatangani oleh dosen pembimbing dan Ketua Program Studi *Strategic Communication* akan dipresentasikan dalam sidang magang *online* program studi Ilmu Komunikasi.