

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi bukan hanya dimanfaatkan manusia untuk mencari atau menyebarkan informasi lagi, tetapi kini juga dimanfaatkan oleh beberapa orang untuk memasarkan suatu bisnis. Apalagi dengan adanya dukungan dari *platform* media sosial yang semakin bermunculan. Definisi media sosial menurut Tjiptono (2016) adalah teknologi berbasis internet yang memfasilitasi percakapan. Dengan adanya media sosial dapat berinteraksi secara langsung, cepat, dan efisien dengan konsumen. Bentuk promosi ini disebut pemasaran media sosial atau *social media marketing*.

Instagram salah satu dari media sosial kini dijadikan media promosi yang paling banyak diminati oleh para pemasar. Kegunaan dari media sosial juga untuk para pelaku pasar berkomunikasi dengan sesama produsen, pelanggan, dan atau calon pelanggan dan menjadi sumber sarana informasi bagi sebuah perusahaan. Saat ini masyarakat lebih sering menggunakan media sosial daripada menonton televisi (media tradisional). *Platform* media sosial yang digunakan sangat beragam, salah satu di antaranya adalah *Instagram*. Dikutip dari www.onino.web.id, membangun *brand* di *Instagram* bukan saja berpeluang mendapatkan lebih banyak pengikut, tapi juga memiliki peluang lebih tinggi untuk mendapatkan interaksi dari pengguna baru (Onino, 2019).

Tidak sedikit perusahaan media informasi yang kini sudah mulai melakukan publikasi konten berita melalui internet. Perusahaan sudah mengambil langkah baru untuk memperluas cakupan pembaca. Semakin luas pasar pembaca maka semakin besar peluang untuk mendapatkan *engagement* dari *netizen*.

Dikutip dari wearesocial.com melihat dari data pengguna media sosial dari seluruh dunia bulan Januari 2021, pengguna media sosial

memiliki sekitar 4.2 miliar juta pengguna media sosial aktif dengan persentase populasi sebesar 53.6%.

Dilansir dari wearesocial.com menunjukkan bahwa hampir keseluruhan pengguna media sosial di dunia menggunakan media sosial sebagai media baru untuk mencari informasi dari sebuah sumber berita Simon Kemp (2020). Media sosial kini dapat menjangkau para target berdasarkan rentang usia, jenis kelamin, atau minat dari pengguna yang dituju. Sekarang ini, Instagram dan Facebook menjadi yang terkuat dalam menjangkau target pembaca yang dituju. Hal ini yang menjadikan para pelaku bisnis untuk melakukan pemasarannya melalui media sosial karena dianggap lebih efektif dan efisien.

Alasan memilih melakukan praktik kerja magang di PT Merah Putih Media adalah karena perusahaan ini termasuk perusahaan yang cukup baru, sehingga melakukan kerja magang di perusahaan ini agar bisa mempelajari bagaimana *social media marketing* berperan penting perusahaan yang baru mulai dari awal dan PT Merah Putih Media juga dapat menjadi wadah kreatif untuk menampung semua inovasi serta belajar untuk menjadi disiplin, mandiri, profesional, efektif dan efisien dalam menjalankan kegiatan organisasi perusahaan.

Dalam hal ini, PT Merah Putih Media sadar pentingnya keberadaan *marketing communication* yang dilakukan melalui publikasi informasi melalui media sosial dengan baik untuk meningkatkan hubungan dengan pembaca dan menciptakan *awareness* serta meningkatkan *engagement*. Kegiatan komunikasi melalui media sosial yang dilakukan PT Merah Putih Media disesuaikan dengan kebutuhan para pembaca. Pemanfaatan *social media* tidak lepas dari cara PT Merah Putih Media berinteraksi dengan para pembaca setia di media sosial.

Media sosial yang dimiliki oleh PT Merah Putih Media di antaranya adalah *Instagram, Twitter, dan Facebook*. Isi dari ketiga media sosial tersebut memuat berita terkini yang disalurkan melalui tiga kanal tersebut.

Membuat konten pada media sosial, PT Merah Putih Media

memberikan beberapa informasi berupa tips, fakta-fakta menarik, serta konten mengenai isu terhangat yang sedang beredar di permukaan dan ajakan untuk mengunjungi website Merah Putih Media. Selain itu, sebagai salah satu *tools* dari *marketing communication*, media sosial Merah Putih Media juga diisi dengan aktivitas publikasi dari beberapa perusahaan yang telah bekerja samadengan Merah Putih Media. Tujuan dari pengelolaan media sosial PT Merah Putih Media adalah untuk meningkatkan *awareness* publik terhadap PT Merah Putih Media.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Mahasiswa melakukan praktik kerja magang dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui aktivitas media informasi tentang *social media marketing* dan membandingkan dengan yang sudah dipelajari selama perkuliahan, serta menambah pengetahuan mengenai cara menganalisis data media sosial dan mengolah *social media marketing*.
- 2 Meningkatkan keterampilan *social media marketing* mengenai cara promosi yang baik dan benar, menambah pengetahuan mengenai bagaimana cara membuat konten yang menarik, melakukan *community engagement* dalam memberi tanggapan kepada khalayak.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara kepada mahasiswa/mahasiswinya adalah 65 hari kerja terhitung dari tanggal 6 November 2020 hingga 9 Februari 2021. Adapun operasional kerja magang yang ditetapkan di PT Merah Putih Media adalah sebagai berikut :

Hari Kerja : Senin - Jumat

Jam Kerja : 09.00 - 17.00 WIB

Lokasi : Cluster Paramount Hill Golf Tangerang

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Perizinan Tempat Magang

Peserta magang mengajukan formulir pengajuan kerja magang (KM-

01) kepada ketua program studi ilmu komunikasi untuk mendapatkan persetujuan tempat kerja magang. Setelah mendapatkan persetujuan dari ketua program studi berupa tanda tangan di formulir KM-0, peserta magang diharuskan mengurus surat pengantar kerja (KM-02) dari kampus untuk diserahkan kepada perusahaan tempat magang.

2. Pengajuan Izin Magang

a. Mempersiapkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan oleh perusahaan sebagai pertimbangan untuk menerima permohonan magang. Dokumen-dokumen tersebut adalah *curriculum vitae* (CV), transkrip nilai, foto dan *cover letter* yang dikirimkan melalui *e-mail* pribadi ke *e-mail* perusahaan.

b. Setelah perusahaan memeriksa dokumen-dokumen untuk melakukan kerja magang, perusahaan memanggil untuk melakukan wawancara penerimaan kerja magang.

c. Kemudian setelah perusahaan menerima untuk melakukan kerja magang di perusahaan selama 60 hari kerja, peserta magang mendapatkan surat penerimaan magang oleh perusahaan untuk diserahkan ke pihak kampus, sebagai bukti bahwa sudah diterima kerja di perusahaan.

3. Penerimaan Formulir Magang

Peserta magang menyerahkan surat penerimaan kerja magang perusahaan kepada pihak kampus untuk mendapatkan kartu kerja magang (KM-03), lembar kehadiran kerja magang (KM-04), lembar laporan realisasi kerja magang (KM-05), lembar penilaian kerja magang (KM-06), dan tanda terima penyerahan laporan kerja magang (KM-07)

4. Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang di PT Merah Putih Media khususnya Kabarotocom sebagai *Social Media Marketing* dilakukan selama enam puluh hari kerja.

5. Pembuatan Laporan Magang

Laporan ini dibuat guna melaporkan hal apa saja yang sudah dilakukan oleh peserta magang saat bekerja di PT Merah Putih Media.