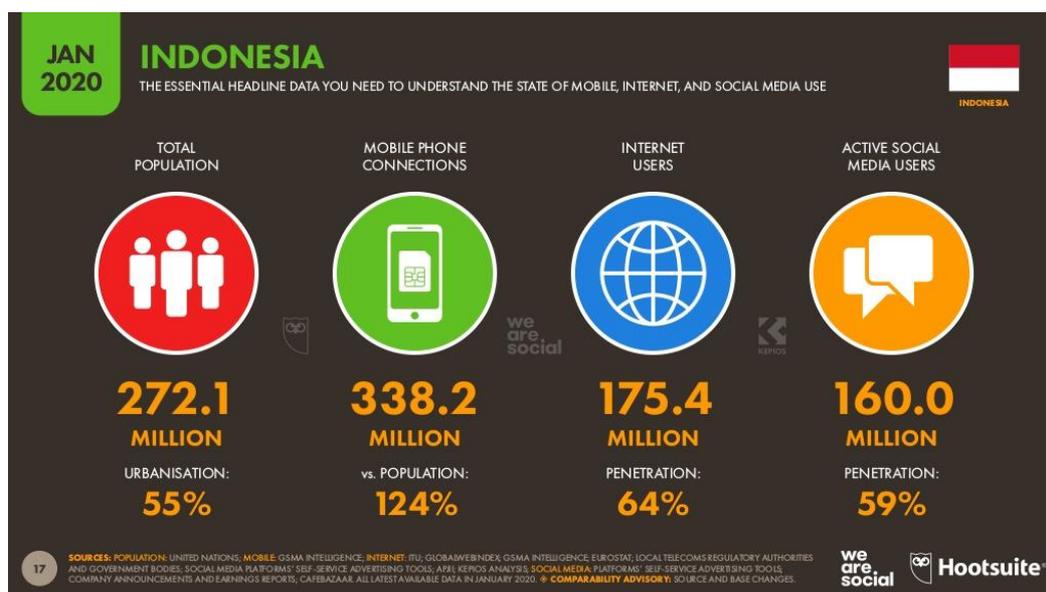


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, teknologi semakin berkembang dari tahun ke tahun dan menjadi semakin canggih serta menarik. Dengan perkembangan yang semakin pesat ini, tidak dapat dipungkiri bahwa media-media *offline* seperti majalah, koran, dan lainnya menjadi kurang diminati. Orang-orang lebih memilih untuk mencari berita atau informasi terbaru melalui internet yang praktis dibandingkan membeli dan membaca dari media cetak. Menurut riset dari *We Are Social* dan *HootSuite* pada akhir Januari 2020, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 175,4 juta penduduk di Indonesia. Dari Gambar 1.1 dapat dilihat jika jumlah pengguna internet sudah mencapai lebih dari setengah populasi penduduk di Indonesia, yaitu sebanyak 175,4 juta orang.

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: *We Are Social* dan *HootSuite*

Kompas Gramedia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang media massa di Indonesia. Pada mulanya, Kompas Gramedia dikenal dalam bentuk media cetak seperti koran dan majalah. Salah satu media cetak Kompas Gramedia yang dikenal banyak orang adalah Harian Kompas dan ada juga majalah Intisari. Selain media cetak, Kompas Gramedia juga memiliki media elektronik

yaitu Radio (Sonora) dan Televisi (Kompas TV). Namun, sekarang Kompas Gramedia telah bertransformasi menjadi KG Media sebagai jawaban dari disrupsi yang terjadi (Sukmana, 2018).

Menurut CEO Kompas Gramedia, Lilik Oetama tentunya tidak mudah untuk beralih dari media *printing* menjadi media *digital* karena visi misi yang sejak awal ditetapkan yaitu koran *independen* dan terpercaya. Hal ini dikarenakan media *digital online* yang lebih rentan akan *hoax*, namun KG Media akan berusaha untuk tetap menjaga visi misi awal mereka (Sukmana, 2018). Berawal dari *kompas.com* dan dilanjutkan dengan *tribunnews.com*, Grid Network pun akhirnya menjadi pilar ketiga dari Kompas Gramedia (Margaretha, 2017). Grid Network yang sebelumnya memiliki nama Gramedia Majalah merupakan *publisher* yang memproduksi juga mendistribusikan berita *entertainment* dan *lifestyle* kepada puluhan juta pembaca Indonesia (GT, 2019). Grid Network menjadi payung besar dari beberapa *publishing* yang berada di bawah Kompas Gramedia (GT, 2019).

Berdasarkan data dari Grid Network, terdapat empat divisi yang salah satunya adalah *Female Media*. Sebagai salah satu *publisher* dari berita seputar *entertainment* dan *lifestyle* tentunya diperlukan *Marketing Communications* untuk bersaing dengan *publisher* lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2012, p. 476), *Marketing Communications* adalah sarana yang digunakan perusahaan untuk memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen baik secara langsung maupun tidak langsung akan suatu produk dan merek yang dijual. Dikarenakan kegiatan yang dilakukan secara digital, maka menjadi *Digital Marketing Communications* namun nama dari divisi yang diduduki adalah *Marketing Communications*.

Dalam usaha meningkatkan *brand* yang terdapat di Divisi *Female Media* tentunya dilakukan *media monitoring*. *Media monitoring* ini dilakukan untuk melihat kompetitor dari *brand* yang terkait sehingga *brand* tersebut dapat berkembang lebih baik lagi. Ada juga kegiatan yang berhubungan dengan *social media management* seperti *report social media engagement*, kegiatan *creative and copywriting* seperti membuat *caption* untuk materi promosi di Instagram dan juga ide/konsep kasar untuk materi promosi yang nantinya akan diserahkan kepada Tim *Graphic Designer*. Selain kegiatan yang telah disebutkan sebelumnya, Divisi *Marketing Communications* juga melakukan kegiatan seperti *media partnership* dan *event planning*.

Penulis tertarik bergabung dalam *Marketing Communications* di Grid Network karena Grid Network merupakan bagian dari Kompas Gramedia yang telah dikenal banyak orang dengan catatan baik. Selain itu juga penulis ingin mengetahui bagaimana kegiatan *Marketing Communications* dari Grid Network terutama Divisi *Female & Children*. Penulis ingin mempelajari lebih lanjut kegiatan dari Divisi *Marketing Communications* di Grid Network.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang menjadi kegiatan yang wajib untuk dilakukan oleh penulis sebagai salah satu syarat kelulusan. Selain sebagai syarat kelulusan, tujuan dilaksanakan praktik kerja magang ini, yaitu

1. Untuk mengetahui aktivitas *Digital Marketing Communications* dari Grid Network Kompas Gramedia Divisi *Female & Children*.
2. Untuk menambah *hardskill* dan *softskill* terkait aktivitas *Digital Marketing Communication* dari Grid Network Kompas Gramedia Divisi *Female & Children*.
3. Untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman langsung dari aktivitas *Digital Marketing Communications* Grid Network Kompas Gramedia Divisi *Female & Children*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis di Grid Network Kompas Gramedia sebagai Tim *Marketing Communications* pada Divisi *Female & Children* dimulai sejak 25 Agustus 2020 hingga 24 November 2020. Peraturan jam kerja yaitu mulai dari jam 10.00 hingga 18.00 WIB. Kegiatan magang berlangsung setiap hari Senin hingga Jumat, namun karena kondisi sedang *Work from Home* (WFH) penulis pun tidak diharuskan untuk datang ke kantor sehingga walau hari Kamis terdapat kuliah di pagi hari, penulis tetap dapat melakukan kegiatan magang.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis, yaitu:

1. Penulis mengisi *form* KM-01 yang akan diajukan kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi untuk mendapatkan persetujuan melaksanakan praktik kerja magang di tempat yang telah dilamar.
2. Mendapatkan *form* KM-02 dari admin program studi Ilmu Komunikasi yang menyatakan bahwa penulis diperbolehkan untuk melaksanakan praktik kerja magang di tempat yang telah diajukan di KM-01.
3. Penulis mengirimkan surat permohonan kerja magang dan *Curriculum Vitae* (CV) kepada *Human Resource Department* (HRD) Grid Network Kompas Gramedia melalui *Diagram Internship Program by Kompas Gramedia*.
4. Penulis dipanggil untuk melakukan *interview* dengan HRD dan *user*, dan pada akhirnya penulis menerima *e-mail* berisi pernyataan bahwa penulis lolos *interview* dan diminta mengisi *form* data diri.
5. Setelah mengisi *form*, penulis diminta untuk menandatangani kontrak kerja magang yang menyatakan bahwa penulis resmi melaksanakan praktik kerja magang selama tiga bulan pada Departemen *Marketing Communications* Divisi *Female & Children*.
6. Penulis mengisi *final form* dari KM-01 melalui my.umn.ac.id yang berisi *company profile* tempat magang dan *internship information* lainnya.
7. Penulis melaksanakan praktik kerja magang di Grid Network Kompas Gramedia mulai dari tanggal 25 Agustus 2020 sampai tiga bulan ke depan.
8. Penulis mengunduh KM-03 sampai KM-07 di my.umn.ac.id dan mengisi seluruh data yang diminta KM-03 sampai KM-07.
9. Penulis mendapatkan dosen pembimbing magang yang akan membimbing penulis selama praktik kerja magang ini dilakukan.
10. Penulis membuat laporan kerja magang yang berisikan informasi-informasi selama praktik kerja magang dilaksanakan, selama proses pembuatan laporan, penulis dibimbing oleh dosen pembimbing magang, Bapak Irwan Fakhruddin.