

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Hadirnya Internet menjadi sarana bagi setiap orang untuk melakukan komunikasi secara daring di mana saja dan kapan saja. Tidak hanya untuk berkomunikasi, namun kehadiran Internet ini juga mempermudah masyarakat dalam menemukan berbagai macam informasi. Jika zaman dahulu untuk membaca dan mendapatkan berita harus melalui koran, maka sekarang mendapatkan informasi dapat diperoleh dari berita online yang di update setiap harinya di Internet. Definisi Internet menurut Ahmadi dan Hermawan adalah komunikasi jaringan dan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin (Ratnasari, Imansyah, & Pontia, 2017). Internet berasal dari bahasa latin "inter" yang berarti "antara", yang memiliki definisi mengenai sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung (Termas Media, 2020).

Gambar 1.1 Data Tren Internet dan Media Sosial Tahun 2020 di Indonesia



Sumber: We Are Social dan Hootsuite, 2020

Seperti yang dapat dilihat dari tabel di atas, total populasi atau jumlah penduduk di Indonesia di tahun 2020 sebanyak 272,1 juta. Pada tahun ini, pengguna Internet sebanyak 175,4 juta dan pengguna media sosial aktif 160 juta. Peningkatan pengguna Internet yang sangat pesat membuat pola hidup dan pola pikir manusia menjadi berubah, salah satunya dalam mengakses sebuah informasi. Manusia membutuhkan media sebagai sarana untuk mendapatkan informasi yang efektif. Dalam hal ini, media sosial memiliki peran sebagai sarana untuk membangun hubungan serta mempermudah berinteraksi karena media sosial memiliki jangkauan global yang luas. Media sosial dalam kehidupan sehari-hari tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, kegunaan lainnya dimanfaatkan oleh berbagai kalangan sebagai alat komunikasi untuk melakukan interaksi.

Menurut Aryanto, et al., (2020, p. 161), media sosial merupakan perangkat aplikasi *online* yang memungkinkan para pemakainya untuk saling berkomunikasi, berpartisipasi, dan berinteraksi secara *online*. Media sosial tidak hanya digunakan secara personal saja, media sosial juga digunakan oleh instansi untuk memenuhi kebutuhan instansi dan menjangkau publik secara luas dan cepat. Platform yang digunakan oleh Diskominfo untuk melakukan publikasi mengenai informasi yang ditujukan kepada khalayak, diantaranya adalah Instagram, Youtube, Twitter, Facebook, dan Website. Dalam pembuatan bahan konten memiliki fokus dalam meningkatkan *engagement* media sosial dengan memberikan informasi mengenai tren terkini dan memberikan informasi mengenai aktivitas yang ada pada lingkungan di Kota Tangerang.

Menurut Niken, et al., (2018, pp. 13-14) dalam memaksimalkan media sosial lembaga Pemerintahan harus memiliki sebuah perencanaan. Berikut terdapat beberapa fungsi media sosial dalam Pemerintahan diantaranya adalah:

1. Mendorong efisiensi Pemerintah  
Media sosial dapat menjangkau khayalak yang lebih luas.
2. Sebagai sarana di saat krisis dan bencana alam  
Saat terjadi bencana alam atau krisis, masyarakat akan mencari informasi dari media sosial

### 3. Memulihkan kepercayaan masyarakat

Media sosial menjadi solusi dalam mencari informasi karena dapat menjangkau informasi secara lebih personal dan komunikatif

Menyusun bahan konten pada media sosial Pemerintah memerlukan strategi yang baik, seperti menentukan konten informasi yang berkesinambungan dengan kegiatan kebijakan Pemerintah. Hal ini bertujuan agar pesan yang diberikan pada media sosial dapat tersampaikan dengan baik kepada publik. Menurut Chaffey, et al., (2016, p. 398) konten mengarah kepada macam konten statis yang membentuk halaman web, ada juga yang mengarah kepada konten multimedia dinamis yang melakukan sebuah interaksi. Konten yang menarik merupakan konten yang luar biasa dan memiliki strategi konten yang telah tersusun dan terencana dengan baik. Dalam perusahaan maupun organisasi, terdapat bagian yang bekerja dalam menyusun dan membuat isi bahan konten untuk media sosial yang disebut sebagai *content writer*. *Content writer* merupakan penulis profesional yang dapat menghasilkan konten menarik untuk digunakan secara online, konten yang dibuat dapat berupa artikel, blog posting, dan berbagai jenis web yang lainnya (Gupta, 2020).

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang merupakan dinas yang tugas pokoknya menyusun dan melaksanakan kebijakan urusan bidang komunikasi dan informatika yang meliputi penyuluhan, sosialisasi, dan layanan yang berkaitan dengan teknologi dan informasi. Adanya perkembangan teknologi informasi membuat Diskominfo mengubah cara dalam menyampaikan informasi melalui media baru dengan menghadirkan Tangerang TV berbasis web. Peluncuran Tangerang TV oleh Dinas Kominfo Kota Tangerang bertujuan untuk mendukung program penyebaran informasi kepada masyarakat di Kota Tangerang. Aktivitas yang dilakukan meliputi siaran streaming melalui Channel Youtube dan media sosial lainnya yang mengulas informasi menarik mengenai Kota Tangerang dan isu pembangunan lainnya.

Penyebaran informasi cukup aktif dilakukan pada sosial media Instagram TV dengan memberikan berbagai macam konten berupa informasi mengenai tren terkini, konten memasak, dan konten yang mengulik informasi mengenai budaya dan ciri khas makanan, prestasi anak, dan UMKM yang ada di Kota Tangerang.

Content writer Tangerang TV berperan aktif dalam pembuatan konten pada media sosial Instagram. Bahan konten pada Instagram Tangerang TV dikemas menjadi jenis konten infografis, video durasi 1 menit, dan podcast. Kesempatan yang didapatkan peserta praktik kerja magang sebagai content writer pada sosial media Instagram TV dengan pekerjaan yang dilakukan menyusun bahan konten berdasarkan tema yang telah ditentukan untuk mengisi konten pada feeds Instagram Tangerang TV, memeriksa kesalahan penulisan pada bahan konten, mengupdate informasi yang ada pada media sosial dinas, kementerian, dan pemerintah Kota Tangerang, serta membuat narasi video berdurasi 1 menit untuk bahan konten pada Instagram Tangerang TV.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Melalui program praktik kerja magang yang merupakan syarat wajib bagi mahasiswa guna mendapatkan pengetahuan, mencari pengalaman, dan menambah wawasan yang cukup sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya. Adapun tujuan praktik kerja magang yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui dan membantu aktivitas *content writer social media* yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika kota Tangerang dalam pembuatan bahan konten dan memonitoring media sosial pada dinas, kementerian, dan pemerintahan Kota Tangerang.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Praktik kerja magang di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang dilakukan selama 63 hari, terhitung sejak 19 Agustus sampai dengan 15 November 2020. Pada minggu pertama, praktik kerja magang dilakukan dari Senin hingga Jumat pukul 08.00 – 16.00 WIB. Pada minggu selanjutnya, praktik kerja magang dilakukan dengan sistem *Work From Home* (WFH).

Adapun prosedur pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Tahap pertama, mulai mengirim *curriculum vitae* (CV), portofolio, dan transkrip nilai kepada beberapa perusahaan mulai dari Juli 2020.
2. Tahap kedua, mendapatkan balasan email dari perusahaan PT Alfamidi dan Blue Agency mengenai penempatan kerja yang tersedia di daerah Bekasi. Namun, jobdesk yang diberikan tidak sesuai dengan yang telah ditetapkan oleh kampus.
3. Tahap ketiga, mengirimkan *curriculum vitae* (CV), portofolio, dan transkrip nilai kepada pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang dan langsung melakukan wawancara dengan Kepala Seksi Diseminasi Informasi Media Elektronik.
4. Tahap keempat, dinyatakan diterima untuk melakukan praktik kerja magang di bagian Diseminasi Informasi Media Elektronik yang menaungi media sosial Instagram Tangerang TV.
5. Tahap kelima, mengirim surat pertanyaan melaksanakan praktik kerja magang ke Kesatuan Bangsa dan Politik (Kesbangpol) Kota Tangerang
6. Tahap keenam, pihak Dinas Kominfo Kota Tangerang memberikan surat pernyataan penerimaan kerja magang untuk diteruskan membuat formulir pengajuan kartu magang (KM-01) dan mendapatkan surat pengantar kerja magang (KM-02).
7. Tahap ketujuh, mendapatkan form KM-03 sampai KM-07 meliputi kartu kerja magang, kehadiran kerja magang, laporan realisasi kerja magang, penilaian kerja magang, verifikasi laporan magang.