

BAB I

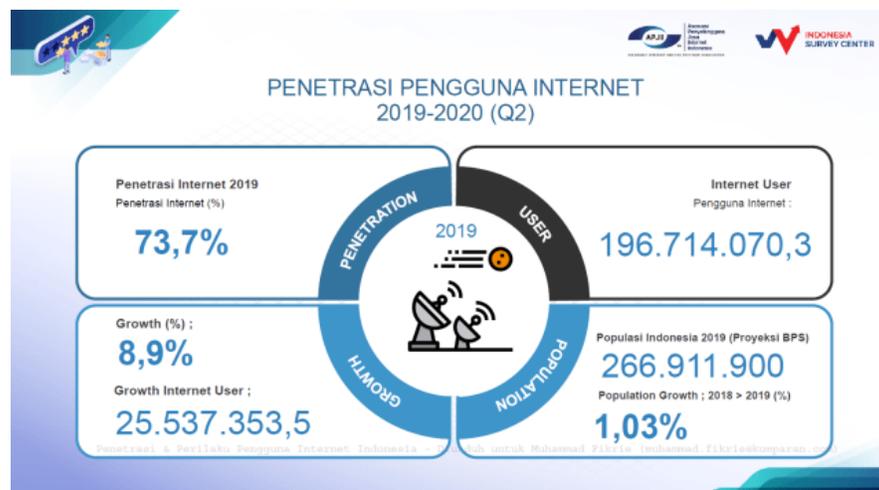
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi semakin memperlihatkan kepesatannya. Hal ini memudahkan segala kebutuhan bidang industri, seseorang dapat berhubungan dengan individu maupun kelompok tanpa dibatasi oleh faktor waktu dan jarak. Definisi teknologi komunikasi informasi menurut Haag dan Keen (1996) adalah sebagai alat bantu interaksi yang membantu pekerjaan dengan informasi serta melakukan tugas-tugas yang berhubungan dengan pengelolaan informasi.

Internet menjadi salah satu contoh teknologi informasi komunikasi dalam sumber daya pengiriman, mengakses, atau bertukar informasi. Berikut ini data hasil survei penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 yang dilansir dari Kumparan.

Gamabar 1.1 Data Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia



(Sumber: www.kumparantech.com – 17.23 WIB)

Melalui hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tersebut, diketahui bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia semakin meningkat, yaitu sebesar 196,7 juta orang.

Wearesocial juga merilis hasil survei data penggunaan internet pada Januari 2020. Diketahui bahwa total populasi atau jumlah penduduk di Indonesia sebanyak 272,1 juta, dengan pengguna internet sebanyak 175,4 juta dan mengakses media sosial sebanyak 160 juta orang.

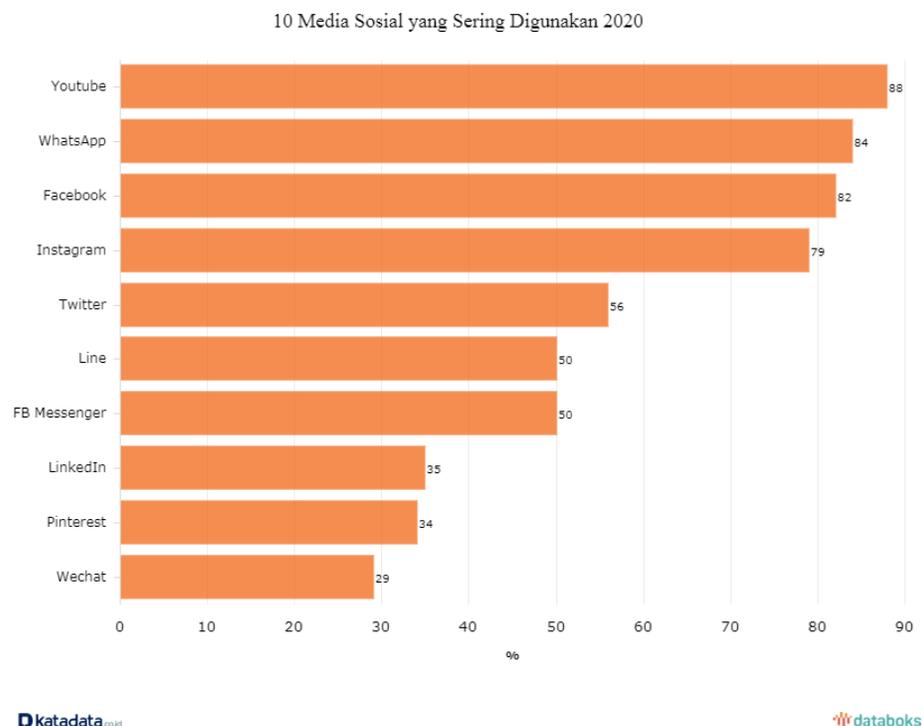
Gambar 1.2 Data Tren Internet dan Media Sosial 2020 di Indonesia



(Sumber: www.wearesocial.com – 19:46 WIB)

Platform media sosial yang sering digunakan di Indonesia (lihat Gambar 1.3) Youtube menduduki peringkat media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia.

Gambar 1.3 Data *Social Media* yang Sering Digunakan



(Sumber: www.DKata.co.id – 19:56 WIB)

Berdasarkan data-data curva diatas, disimpulkan pengguna platform internet di negara Indonesia semakin meningkat. Sebagian besar pengguna menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya di media sosial.

Social Media digunakan untuk menyampaikan dan atau mendapatkan informasi dengan cepat. Tidak hanya digunakan oleh personal, media sosial juga digunakan oleh instansi. Hal ini dikarenakan kebutuhan instansi untuk menjangkau publiknya secara luas dan cepat.

Pada suatu instansi, media sosial biasanya di-handle oleh *Public Relations* (PR). Menurut Harlow dalam Butterick (2014, p7) PR adalah membantu manajemen dalam menginformasikan dan tanggapan terhadap public serta membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif. Tujuan PR menggunakan media sosial yaitu untuk mempengaruhi khalayak dengan konten yang dibuat, membuat pengumuman, mengetahui informasi terbaru dari instansi, dan lainnya.

. Termasuk di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tangerang dalam bidang Informasi dan Komunikasi Publik, yang bertanggung jawab untuk mengirim

berbagai alat teknologi seperti informasi ke setiap daerah. Diskominfo Kabupaten Tangerang melalui divisi *Social Media Specialist* telah menyebarkan informasi tersebut melalui website dan akun media sosialnya, seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube.

Menurut Donni Juni Priansa (Priansa, 2017, p. 370) Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer di dunia untuk saat ini, pada tahun 2020 saja data pengguna Instagram cukup tinggi mencapai 63 juta jiwa, dengan presentase pengguna Instagram berjenis kelamin laki-laki sebesar 49,2% dan perempuan sebesar 50,8% (Sumber: www.wearesocial.com – 17:19).

Instagram yang mempunyai fitur *repost* ke media sosial lain mendorong Diskominfo Kabupaten Tangerang lebih sering mengunggah postingannya di akun Instagram @pemkab Tangerang. Akun Instagram @pemkab Tangerang media sosial untuk menyebarkan informasi dengan kegiatan dan kebijakan Pemerintah Kabupaten Tangerang dan sebagai ruang berkomunikasi Kabupaten Tangerang.

Selama melakukan praktik kerja magang di divisi *Social Media Specialist* Diskominfo Kabupaten Tangerang, penulis ditugaskan untuk membuat konten di akun Instagram dan membuat *Press Release*. Alasan mengapa memutuskan praktik kerja magang, karena ingin mempelajari sistem komunikasi yang ada di instansi Pemerintah, serta ingin mempelajari bagaimana membuat konten, mendesain, membuat *press release* dan, membuat *caption* di akun Instagram Diskominfo Kabupaten Tangerang.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Melalui program praktik kerja magang ini, adapun memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui aktivitas *Social Media Specialist* di Diskominfo Kabupaten Tangerang.
2. Mengetahui hal apa saja yang harus dan tidak harus dilakukan dalam menjalankan kegiatan *Social Media Specialist*.
3. Mengetahui cara merancang strategi komunikasi instansi Pemerintah dalam berhubungan baik dengan media.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tangerang dilakukan selama 60 hari, terhitung sejak 23 September 2020 sampai dengan 17 Desember 2020. Melakukan praktik kerja magang dari hari senin sampai jumat dengan sistem *Work From Office* (WFO) 3 hari dan *Work From Home* (WFH) 2 hari.

Adapun prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan ialah:

1. Mengirimkan *curriculum vitae* (CV) dan berkas lainnya kepada pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Tangerang (Diskominfo).
2. Mendapatkan jawaban untuk panggilan wawancara di Kantor Bupati Tigaraksa Diskominfo Kabupaten Tangerang.
3. Dinyatakan diterima untuk magang di Kantor Bupati Diskominfo Kabupaten Tangerang dan dihibau untuk memenuhi SOP (*Standar Operating Procedure*) yang sudah diterapkan.
4. Pihak Diskominfo Kabupaten Tangerang memberikan surat penerimaan kerja magang untuk kemudian diteruskan oleh penulis ke pihak BAAK Universitas Multimedia Nusantara.
5. Mendapatkan form KM 03-07 meliputi data diri, kegiatan saat melakukan praktik kerja magang dan nilai dari perusahaan atas kontribusi yang telah dilakukan saat praktik kerja magang.
6. Melakukan praktik kerja magang di divisi *Social Media Specialist*.
7. Membuat laporan kerja magang dengan arahan dosen pembimbing. Setelah selesai, penulis mempresentasikan laporan tersebut dalam sidang magang.