

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini, teknologi berkembang sangat pesat sehingga menghadirkan suatu inovasi baru yang dapat memudahkan aktivitas banyak orang. Salah satunya adalah hadirnya media baru berbasis teknologi yang memanfaatkan jaringan internet untuk menjelajahi semua *platform* media *online* yang ada.

Internet kerap digunakan banyak orang dan dijadikan sebagai salah satu sumber informasi karena lebih mudah diakses dimana dan kapan saja. Saat ini, sudah banyak berbagai industri yang memanfaatkan kehadiran internet untuk menunjang kebutuhannya seperti menggunakan media sosial dan *website* untuk dijadikan sebagai sarana promosi, mengenalkan produk, menyebarkan informasi, hingga memudahkan melakukan komunikasi dengan pelanggan ataupun audiens media lainnya.

Berdasarkan laporan yang dilansir dari *Hootsuite* dan *We Are Social*, terdapat 202,6 juta pengguna internet di Indonesia yang tercatat pada Januari 2021. Dibandingkan dengan tahun sebelumnya, pengguna internet pada tahun ini naik 27 juta orang dalam kurun waktu 12 bulan terakhir. Selain itu, pengguna aktif media sosial juga bertambah 10 juta yang kini menjadi 170 juta orang dari 274,9 juta jiwa populasi di Indonesia. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa cukup banyak masyarakat yang menggunakan internet dan aktif menggunakan media sosial.

Melalui internet, penggunanya dapat mengakses apa saja yang ada di internet termasuk seluruh *platform* media sosial. Akses terhadap media menjadi salah satu kebutuhan primer dari setiap orang. Hal ini dikarenakan adanya kebutuhan informasi, hiburan, pendidikan, dan pengetahuan

lainnya (Nasrullah, 2016, p.1). Dengan kata lain, seseorang menggunakan media karena ingin memenuhi kebutuhannya masing-masing.

Perkembangan internet membuat media konvensional bergeser ke media *online*. Dengan pergeseran ini mengindikasikan bahwa saat ini media berita telah mengalami digitalisasi. Hal ini bisa dilihat dengan adanya portal berita *online*. Dilansir dari suara.com (2020), riset dari Perusahaan Informasi dan Pengukuran Global Nielsen mengungkapkan jumlah pembaca media *online* mencapai hingga 6 juta orang dan media cetak sebanyak 4,5 juta orang. Data survei ini menunjukkan bahwa pembaca media *online* lebih banyak dibandingkan dengan media cetak.

Meski jumlah pembaca media *online* meningkat tetapi jumlahnya tidak sebanyak pengguna media sosial yang mencapai 170 juta pengguna di Indonesia. Tingginya angka pengguna aktif media sosial, membuat portal berita *online* memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan berita yang ada di situsnya. Hal ini dilakukan karena para pembaca belum tentu membuka artikel di *website* setiap harinya seperti mereka membuka media sosial miliknya. Oleh karena itu, peran media sosial bagi portal berita *online* merupakan hal yang penting dalam menjangkau para pembaca atau audiens media lainnya untuk mengarahkannya membaca artikel. Selain itu, penggunaan media sosial juga sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan audiens media sehingga bisa melihat *feedback* yang diberikan oleh khalayak. Salah satu portal berita yang memanfaatkan media sosial adalah PT Merah Putih Media. PT Merah Putih Media merupakan portal berita *online* yang menyajikan berita *hardnews* dan *softnews* yang dimana berita di situsnya dibantu disebarluaskan lewat media sosialnya.

Menurut Ardianto (2012. p. 165), media sosial merupakan media *online* yang digunakan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi konten, dan mencari informasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Hal yang serupa juga dikemukakan Kotler & Keller (2012, p. 547) yang mendefinisikan media sosial sebagai sarana untuk berbagi informasi, teks, foto, video, dan

audio. Menurut Blanchard (2011, p.23-24), media sosial juga digunakan untuk mengelola reputasi dunia maya dan menjadi sarana promosi, menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, dan publisitas

Kompetitor dari PT Merah Putih Media di Indonesia terdapat Mojokdotco dan Hipwee yang sama-sama menyajikan konten dengan gaya bahasa santai atau tidak baku. Jika dilihat dari konten yang dibuat oleh kompetitor, PT Merah Putih Media lebih menyajikan dan memproduksi konten yang berkarakter Indonesia secara konsisten sesuai dengan visi yang dijalankan PT Merah Putih Media sendiri. Meski sama-sama menyajikan konten dengan gaya bahasa santai, PT Merah Putih Media memiliki tema setiap bulannya sehingga konten yang disajikan lebih spesifik dan konsisten sesuai tema yang sedang dibahas.

Media sosial Merah Putih memiliki kelebihan tersendiri meski usia perusahaan ini masih terbilang muda. Konten yang disajikan berisi infografis dan video terkini. Hal ini karena perusahaan selalu berusaha mengikuti perkembangan topik pembicaraan yang sedang hangat di media sosial.

Media sosial memiliki peranan yang penting terhadap eksistensi perusahaan media. Oleh karena itu, penulis tertarik melaksanakan praktik kerja magang di PT Merah Putih Media pada divisi *Social Media Content Officer* dalam mengelola media sosial perusahaan di era serba digital ini agar akun media sosial tetap eksis dan dekat dengan audiens media. Penulis juga tertarik bagaimana sebuah perusahaan media dapat bertahan dan bersaing di tengah banyaknya kompetitor yang usianya lebih lama, khususnya ketertarikan penulis dalam segi hal strategi pembuatan konten.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun program praktik kerja magang ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui aktivitas *Social Media Content Officer* di PT Merah Putih Media dalam meningkatkan *engagement* pembaca.
2. Untuk mempraktikkan ilmu yang didapat selama perkuliahan ke dunia kerja.
3. Untuk mengasah *hard skill* dalam mengelola *social media content*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Magang di PT Media Merah Putih dilakukan selama 60 hari kerja yang dimulai dari tanggal 2 Maret 2021 hingga 4 Juni 2021. Jam kerja magang mulai pukul 09.00 WIB - 17.00 WIB. Magang dilakukan selama 5 hari kerja dengan sistem 3 hari *WFO (Work from Office)* dan 2 hari *WFH (Work from Home)*. Tempat kerja magang berlokasi di Paramount Hill Golf blok GGT no 112 Paramount Serpong, Pagedangan, Kab. Tangerang, 15332 Banten, Indonesia.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Mengajukan formulir Kerja Magang (KM-01) melalui *google form* yang diberikan UMN.
2. Menerima surat pengantar (KM-02) yang sudah ditandatangani oleh Ketua Program Studi dan mengirimkannya ke perusahaan.
3. Jika surat permohonan diterima, mahasiswa mendapatkan *acceptance letter* dari perusahaan dan siap mulai kerja.
4. Mahasiswa melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing masing-masing.

5. Mahasiswa memperoleh Kartu Kerja Magang (KM-03), Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Realisasi Kerja Magang (KM-05).
6. Pembimbing lapangan mengisi Lembar Penilaian Kerja Magang (KM-06).
7. Menyusun laporan kerja magang yang nantinya akan dipresentasikan saat sidang magang.