

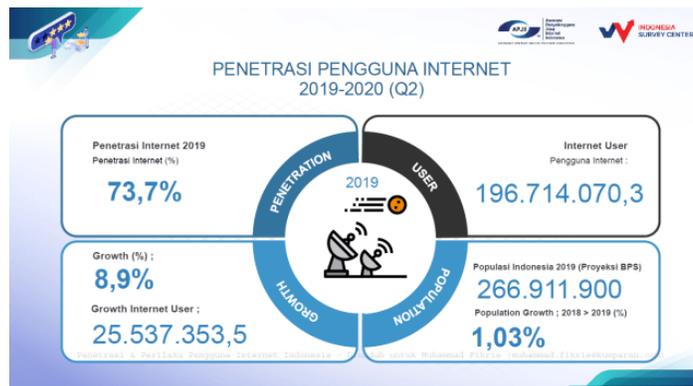
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pertumbuhan dunia menjadi lebih berkembang dan semakin modern. Dengan adanya teknologi internet memungkinkan kita untuk dapat saling berhubungan satu sama lain tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Keberadaan internet juga memberikan keuntungan yang besar bagi penggunanya serta memberikan dampak positif baik langsung atau secara tidak langsung kepada dunia bisnis, pendidikan, komunitas dan lebih banyak lagi dari skala besar hingga kecil. Menurut Simarmata (2010, p. 47), mengatakan internet merupakan jaringan informasi yang digunakan oleh pemakainya melalui komputer yang terhubung di seluruh dunia. Penggunaan internet dapat menembus dimensi bagi pemakainya yang dapat memberikan servis 24 jam tanpa berhenti.

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia



(Sumber: www.kumparantech.com)

Dari perolehan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) menunjukkan jumlah pengguna internet Indonesia naik 8,9% dari 171,2 juta pada 2018 menjadi 196,7 juta per kuartal II 2020. Angka tersebut mengalami peningkatan jika dibandingkan juta per kuartal II 2020. Angka tersebut

mengalami peningkatan jika dibandingkan total populasi 266,9 juta.

Internet telah memberikan dampak yang cukup banyak memberi kemudahan dalam pekerjaan individu di seluruh dunia. Saat ini internet sudah menjadi bagian dari suatu pekerjaan sebagian karyawan di Indonesia.

Data menurut *We Are Social*, menunjukkan jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta atau sebesar 73,7% dari total populasi terbesar yakni 274,9 juta jiwa pada Januari 2021. Dari total data tersebut, terdapat 195,3 juta jiwa atau 96,4% mengakses internet lewat perangkat mobile berjenis *smarthphone* dan ponsel fitur. Akses internet menggunakan koneksi seluler dan *Wifi* untuk mengakses internet. Berdasarkan laporan tersebut, rata-rata pengguna internet mobile berusia 16-64 tahun dan menghabiskan waktu 5 jam 4 menit. Setiap harinya untuk mengakses internet. Ponsel bukan satu-satunya yang digunakan untuk mengakses internet karena para pengguna internet di Indonesia juga memiliki perangkat jenis lain yang juga digunakan untuk “online” seperti PC atau laptop (74,7%), *tablet* (18%), dan konsol *game* (16,2%). Secara keseluruhan orang Indonesia juga mengakses internet suka mengakses media sosial. Jumlahnya mencapai 170 juta jiwa. Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial adalah 3 jam 14 menit setiap hari. Selain media sosial, orang Indonesia juga mengakses internet untuk menonton televisi, baik *streaming* atau *broadcast* selama 2 jam 50 menit. Mereka juga membaca berita secara online selama 1 jam 38 menit dan mendengarkan layanan *streaming* 1 jam 30 menit setiap hari.

Gambar 1. 2 jumlah pengguna internet di Indonesia

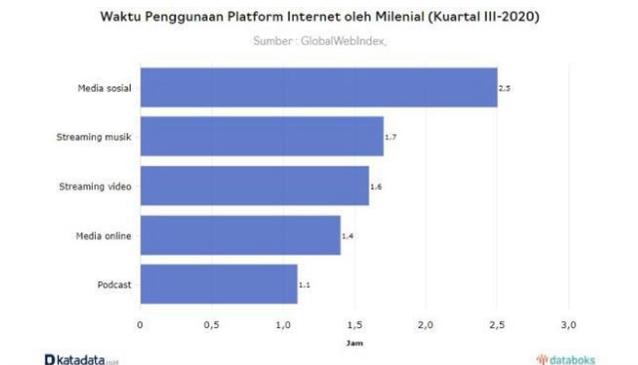


(Sumber: www.banyumurtimiyid.com, 2021)

Perubahan telah terjadi akibat meningkatnya perkembangan teknologi dan informasi. Salah satu hal yang menandai adanya perubahan denfan munculnya kegiatan multimedia seperti teks, suara, gambar, dan video yang ada dalam satu perangkat. Infomasi dengan cepat dan mudah diakses melalui perangkat komunikasi seperti *handphone*, televisi, *computer*, serta media elektronik yang sudah memiliki jaringan internet (Romli, 2016)

Pengguna internet yang terus meningkat dapat dijadikan peluang bagi beberapa perusahaan untuk mengerjakan sebagian atau secara keseluruhan aktivitasnya secara *digital*.

Gambar 1.3 Penggunaan Platform Internet oleh Milenial



(sumber: *GlobalWebIndex* dalam databoks.katadata.co.id)

Berdasarkan hasil survei *GlobalWebIndex*, yang dipublikasi oleh databoks.katadata.co.id bahwa media sosial merupakan platform yang paling lama diakses, yakni rata-rata 2,5 jam per hari. Waktu penggunaan milenial pada media sosial lebih lama dibandingkan pengguna internet pada umumnya. Hal itu dipengaruhi pula oleh kondisi pandemi *Covid-19* dan kebijakan beraktivitas dirumah. Artinya media sosial menjadi tujuan utama kaum milenial menggunakan internet. Maka dari itu, perusahaan bisa mendapat peluang untuk memberikan informasi berupa konten atau berita dengan menggunakan internet.

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan pengguna *platform* media sosial di negara Indonesia semakin mengalami peningkatan. Internet membantu sebagian besar masyarakat Indonesia dalam mengakses media sosial setiap harinya. Seiring berjalannya waktu, media sosial adalah salah satu fitur yang paling sering digunakan oleh pengguna internet saat ini. Memasuki era digital saat ini, media sosial dianggap menjadi suatu hal yang berkaitan dengan gaya hidup baru diwajibkan setiap orang memiliki jejaring sosial agar bisa diakui eksistensi dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Ardianto (2012, p. 165) media sosial merupakan media online yang digunakan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi konten. Media sosial mulai menggeser peran media konvensional dalam menyebarkan berita dan informasi publik. Media sosial tidak hanya digunakan oleh perorangan tetapi sebagian besar perusahaan juga menggunakan media sosial untuk menyebarkan suatu informasi dengan cepat. Menurut Mandiberg dalam Nasrullah (2012, p. 11), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user-generated content*).

Keberadaan internet juga menggeser media konvensional ke media *online*. Terkait hal itu, bisa dibuktikan dengan hadirnya portal berita *online*. Bolaskor.com yang dimerupakan sayap media dari PT Merah Putih Media adalah portal berita terkini dan terlengkap dari kancah sepak bola nasional dan

internasional. Menyajikan *analysis feature* dan ulasan mendalam sepak bola hingga kabar ringan untuk para pecinta sepak bola. Dengan penyajian informasi yang menarik dan terpercaya, Bolaskor.com dapat menjadi salah satu situs berita online bagi generasi milenial memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan informasi yang lebih luas, membentuk ikatan sosial secara *virtual* dan mendapatkan *awareness* dari khalayak luas. PT Merah Putih Media menerbitkan Bolaskor.com sebagai portal berita online yang mengedepankan konten segar serta *caption* dari dunia sepak bola dan olahraga.

Selaras dengan target sarannya yaitu generasi milenial sejalan dengan konten dan pemberitaan yang dibuat oleh divisi Social Media Officer PT Merah Putih Media untuk portal media online Bolaskor lebih fokus dengan konten dan *caption* menggunakan gaya bahasa yang santai, ringkas, dan jelas dalam penulisannya. Hal tersebut menjadi pendukung yang dapat membedakan Bolaskor.com dengan kompetitor portal media *online* lain yang sama-sama dalam pembuatan konten, berita yang disebarkan melalui media sosial.

Karena banyaknya portal media *online* di Indonesia menyebabkan media *online* semakin gencar berlomba agar menjadi media terdepan, dan aktual sehingga banyak peminatnya. Menteri Kominfo periode 2014-2019, Rudiantara memperkirakan total portal media *online* sebanyak 43 ribu (Kominfo.go.id, 2018). Oleh karena itu, Bolaskor.com menggunakan platform media sosial untuk menasar para pembaca khususnya para pencinta bola dan seputar dunia olahraga diiringi dengan pesatnya angka para pengguna media sosial.

Saat ini, di Indonesia banyak media *online* yang menjadi kompetitor Bolaskor.com, seperti Detiksport.com, Bola.com, Bolanet, hingga Bolasport.com yang semuanya memakai media *online* untuk menyebarkan berita dibantu oleh media sosial. Melihat konten yang dibuat oleh kompetitor, mereka lebih fokus dalam pengembangan konten menggunakan platform media sosial Bolaskor.com fokus pada berita liga-liga besar dunia, berita terbaru lengkap tentang kompetisi internasional dan nasional, dan pengembangan

konten yang dikemas secara menarik.

Pengemasan konten yang memiliki tingkat kualitas yang baik tidak terlepas dari tim-tim hebat dibelakangnya. Pembuatan pesan dalam konten dan informasi yang disajikan pada media Bolaskor.com menjadi ketertarikan penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang di PT Merah Putih Media yang bergabung dalam divisi *Social Media Officer* untuk menangani bagian dari salah satu lima medianya yaitu Bolaskor.com.

12. Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari praktik kerja magang ini adalah untuk :

1. Memperoleh pengalaman di *industry* media informasi tentang *social media content*.
2. Memberikan wawasan mengenai proses kerja media terutama dalam pengemasan konten & *caption* hingga konten tersebut terbit.

13. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang di PT Merah Putih Media dilakukan selama tiga bulan, terhitung sejak 2 Maret – 4 Juni 2021. Hari kerja berlangsung pada Senin sampai Jumat, jam 09.00 - 18.00 WIB. Berlokasi di Paramount Hill Golf Paramount Serpong, praktik magang dilakukan dengan sistem 3 hari WFO (*Work From Office*) dan 2 hari WFH (*Work From Home*).

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Adapun prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan adalah:

1. Mengisi dan mengajukan Curriculum Vitae (CV) dan berkas lainnya kepada pihak PT Merah Putih Media.
2. Dapat jawaban untuk panggilan wawancara ke PT Merah Putih Media dan diwawancarai oleh Joudy Irawan selaku HRD PT Merah Putih Media.

3. Mengajukan kartu kerja magang (KM-01) melalui form kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk dapat surat pengantar magang yang akan diberikan ke PT Merah Putih Media.
4. Mendapatkan surat penerimaan magang dari PT Merah Putih Media untuk jadi bukti bahwa telah diterima melakukan praktik kerja magang dan untuk diteruskan kepada Universitas Multimedia Nusantara.
5. Memulai kerja magang tanggal 4 Maret 2021.
6. Mendapatkan Surat penerimaan KM-02 dari Fakultas Ilmu Komunikasi.
7. Meminta surat keterangan diterima dari perusahaan kemudian diberikan ke BAAK untuk memperoleh KM-03 sampai dengan KM-07.
8. Laporan Final