

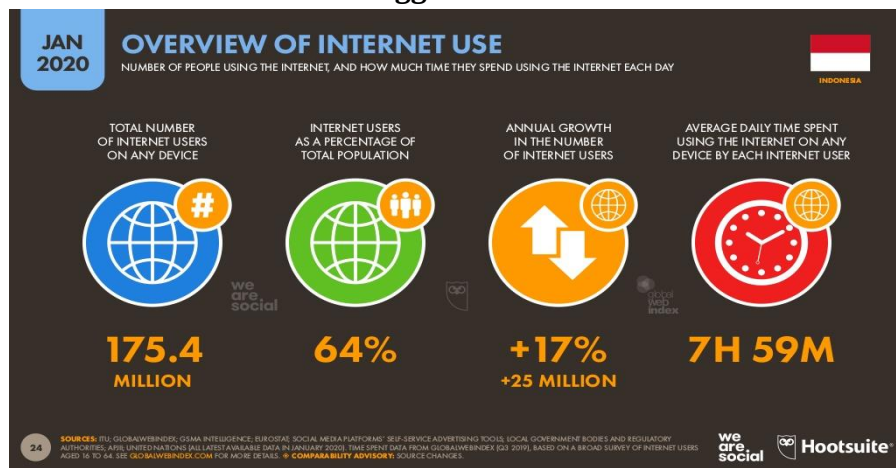
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa hingga saat ini masih menjadi media yang digunakan oleh banyak orang. Media massa sendiri terdapat dua jenis, yaitu media massa tradisional (televisi, radio, koran, majalah) dan media baru (media sosial, portal berita *online*).

Gambar 1.1 Penggunaan Internet di Indonesia



Sumber: datareportal.com

Data menurut *We Are Social* (dalam Data Reportal, 2020) menunjukkan bahwa total pengguna internet di Indonesia sejak Januari 2020 mencapai 175,4 juta. Angka tersebut membuktikan sebanyak 64% dari total seluruh populasi Indonesia merupakan pengguna internet. Jumlah pengguna internet tahunan terus mengalami peningkatan sebesar 17% atau setara dengan 25 juta pengguna. Dari seluruh total pengguna internet, didapatkan rata-rata waktu penggunaan internet setiap harinya yaitu 7 jam 59 menit.

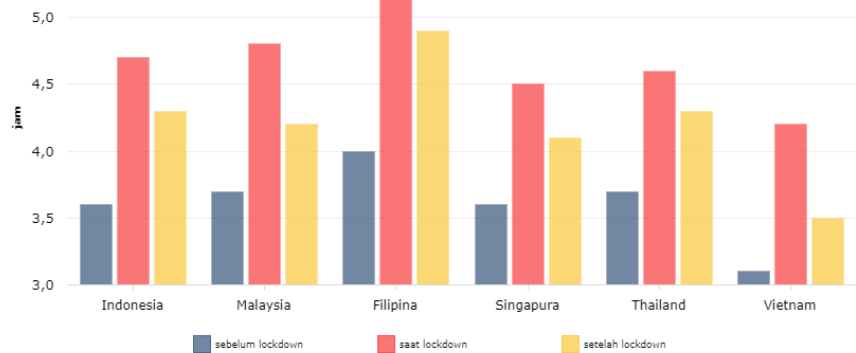
Perubahan telah terjadi akibat meningkatnya perkembangannya teknologi dan informasi. Salah satu hal yang menandai adanya perubahan dengan munculnya kegiatan multimedia seperti teks, suara, gambar, dan

video yang terdapat dalam satu perangkat. Informasi dengan cepat dan mudah diakses melalui perangkat komunikasi seperti *handphone*, televisi, computer, serta media elektronik yang sudah memiliki jaringan internet (Romli, 2016).

Penggunaan internet yang terus meningkat dapat dijadikan peluang bagi beberapa perusahaan untuk melakukan sebagian bahkan keseluruhan aktivitasnya secara digital. Salah satu yang merasakan dampak pertumbuhan internet, yaitu perusahaan media massa. Sebelumnya perusahaan media massa melakukan aktivitasnya secara konvensional dalam bentuk siaran maupun cetak. Namun seiring berjalannya waktu, keberadaan internet benar-benar melekat pada masyarakat sehingga perusahaan media massa perlu mengikuti yang terjadi saat ini agar dapat tetap bertahan.

Sejak Maret 2020, Indonesia dihadapkan dengan pandemi virus Covid-19 yang telah menyebar hampir di seluruh dunia. Dengan munculnya virus dengan penularan yang cepat, Pemerintah Indonesia harus membuat kebijakan yang juga dilakukan oleh negara lain, yaitu PSBB. Selama masa PSBB, seluruh kegiatan luar rumah harus dilakukan di rumah saja seperti kegiatan sekolah hingga bekerja pun dilakukan dari rumah. Kondisi ini menyebabkan konsumsi internet selama masa pandemi meningkat. Segala aktivitas yang dilakukan dari rumah membutuhkan internet agar dapat saling terkoneksi satu sama lain.

Gambar 1.2. Durasi Penggunaan Internet di Asia Tenggara



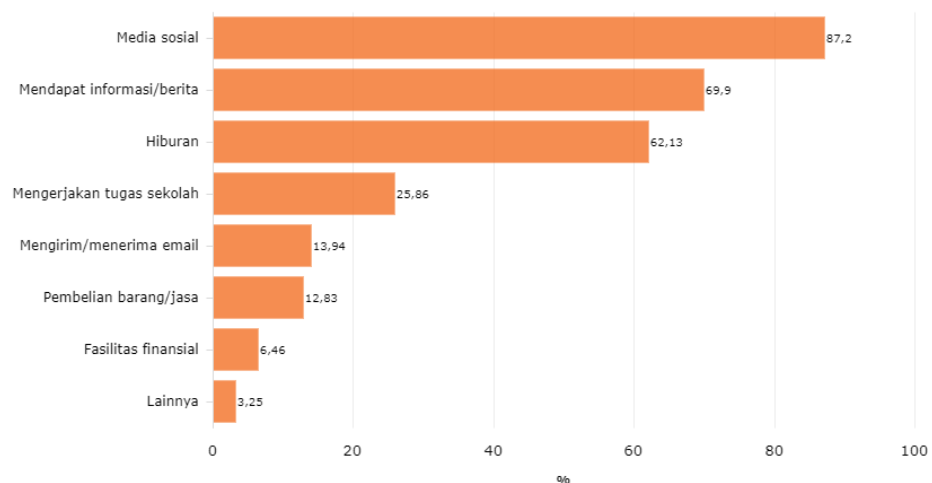
D Katadata.co.id

databoks

Sumber: databoks.katadata.co.id

Berdasarkan riset databoks.katadata.co.id (2020) menyatakan adanya peningkatan durasi penggunaan internet selama masa *lockdown* di Indonesia. Sebelum memasuki masa *lockdown*, tercatat bahwa rata-rata penggunaan internet selama 3,6 jam per hari. Pada masa *lockdown*, durasi penggunaan internet meningkat 1,1 jam menjadi 4,7 jam per hari. Namun, setelah masa *lockdown* berakhir, menurun menjadi 4,3 jam per hari.

Gambar 1.3 Tujuan Mengakses Internet di Perkotaan dan Pedesaan



Sumber: BPS (dalam databoks.katadata.co.id)

Dapat dilihat pada data Badan Pusat Statistik (BPS), 2020 yang dipublikasi oleh databoks.katadata.co.id bahwa akses media sosial menjadi tujuan utama masyarakat menggunakan internet. Kemudian akses terhadap informasi/berita di masyarakat perkotaan dan pedesaan menduduki posisi kedua sebesar 69,9%. Hal ini dapat menjadi peluang bagi perusahaan media untuk memberikan akses informasi/berita dengan menggunakan internet.

Popmama.com adalah salah satu media *parenting* bagi Mama milenial yang menggunakan akses internet dalam penyebaran informasinya. Dilansir pada Popbela.com, berdasarkan data CommScore Popmama berhasil meraih sebagai media *parenting* nomor 1 di Indonesia. Hal ini menjadi pencapaian yang cukup tinggi bagi Popmama karena media ini baru saja diluncurkan pada 18 Januari 2019. Tercatat setiap bulannya terdapat sekitar 8 juta pengguna aktif membuktikan bahwa Popmama dapat menjadi sumber informasi *parenting* yang efisien bagi Mama milenial dengan konten berkualitas tinggi.

Penghargaan yang didapatkan oleh Popmama.com sejalan dengan konten yang dibuat oleh Divisi Konten dalam Popmama.com. Konten yang disajikan dalam Popmama.com memiliki kesamaan gaya pada setiap penulisannya. Kata “Ma” menjadi sapaan akrab Popmama untuk para pembaca yang Sebagian besar adalah Mama milenial. Penulisan isi artikel yang mudah dipahami juga menjadi salah satu faktor Popmama menjadi media *parenting* yang digemari oleh para Mama.

Penyajian konten yang memiliki kualitas tinggi pastinya tidak lepas dari penulis-penulis hebat di belakangnya. Pengemasan pesan dan informasi yang disajikan pada media Popmama.com menjadi ketertarikan penulis untuk melaksanakan magang di Popmama.com sebagai *Content Writer*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang menjadi salah satu syarat yang harus dilakukan oleh mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman kerja, namun terdapat tujuan lainnya, yaitu:

1. Memberikan wawasan mengenai tugas seorang *content writer* pada sebuah media terutama pada lingkup komunitas dan penulisan artikel.
2. Memahami proses kerja media terutama dalam pengemasan tulisan hingga tulisan tersebut terbit.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilaksanakan selama 61 hari terhitung sejak 14 September 2020 hingga 30 November 2020. Waktu praktik kerja magang di Popmama.com ialah Senin hingga Jumat. Pada saat tertentu, Sabtu dan Minggu turut diikutsertakan apabila terdapat tugas tambahan. Magang dilaksanakan secara *online*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur praktik kerja magang yang dilalui penulis adalah sebagai berikut:

1. *Curriculum Vitae* dan Portofolio dikirimkan ke kontak *e-mail* pada 3 September 2020.
2. Perusahaan memberikan balasan melalui *Whatsapp* bahwa penulis harus mengikuti syarat dengan memberikan contoh tulisan dengan gaya Popmama.com dengan waktu maksimal dikirim pada 7 September 2020.
3. Tulisan yang dikirim telah disetujui hingga penulis diundang untuk melakukan *interview online* pada 9 September 2020. Sore harinya, penulis dikabarkan bahwa diterima untuk magang di Popmama.com.
4. Pada 10 September 2020, penulis mengajukan KM-01 ke UMN melalui pengisian *google form*.
5. KM-02 telah diterbitkan pada 11 September 2020 sebagai pemenuhan dokumen persyaratan kepada Popmama.com
6. Magang dilaksanakan mulai 14 September dan berakhir pada 30 November 2020 dengan total 62 hari.

7. KM-03 sampai KM-07 penulis unduh melalui my.umn.ac.id untuk keperluan dokumen magang kepada perusahaan magang dan akademik UMN.
8. Membuat laporan magang setelah seluruh aktivitas magang telah selesai.