



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Sejalannya dengan perkembangan zaman, kini dimana masanya semua serba canggih, praktis, dan cepat. Orang-orang mulai membuat teknologi yang dapat mempermudah pekerjaannya, khususnya perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat. Perkembangan teknologi informasi sudah tidak asing, saat ini memang sudah jauh lebih pesat perkembangannya menjadi teknologi yang cepat dan canggih.

Internet sebagai media massa kontemporer muncul karena memenuhi persyaratan menjadi media massa, seperti banyak audiens yang tersebar, heterogen dan anonim dan media cetak atau media elektronik sehingga informasi informasi yang sama dapat secara bersamaan dan instan diterima oleh penonton (Rusman, 2012). Internet dan berbagai teknologi komunikasi sudah tidak bisa dipisahkan dengan kehidupan manusia saat ini, terutama dengan munculnya berbagai platform media sosial yang membuat peningkatan begitu cepat. Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna media sosial terbanyak di dunia. Media sosial di Indonesia mulai pesat mengikuti perkembangan akses internet bagi pengguna Indonesia, apalagi dengan berkembangnya infrastruktur internet Indonesia, seperti akses wifi dan jaringan komunikasi lainnya (Kompas, 2020).

Pada dasarnya, media sosial dapat dikatakan sebagai salah satu media komunikasi. Media sosial adalah jenis media yang digunakan untuk mempublikasikan konteks seperti informasi pribadi, peristiwa, bahkan opini pengguna, sebagai media yang memberikan ruang untuk komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di dunia maya (Nasrallah, 2016, hlm.36). Media sosial biasanya merupakan media yang digunakan untuk bersosialisasi antar pengguna. Secara garis besar media sosial dan jejaring sosial menggunakan sistem yang sama yaitu media online yang terhubung dengan internet.

Menurut data dari Hootsuite atau *We Are Social*, sekitar 274 juta penduduk Indonesia ada 73.7% orang yang terhubung ke Internet pada tahun 2021, dan 61,8% dari aktivitas mereka adalah media sosial (Hootsuite, 2021). Banyak perusahaan yang mengembangkan aplikasi media sosial dengan keunggulannya masing-masing.

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia



Sumber : datareportal.com, 2021

Media sosial perusahaan perlu dikelola dengan baik agar dapat menumbuhkan minat dan partisipasi konsumen dalam interaksi secara langsung dan efektif (Quesenberry, 2019, hlm. 38). Survei status quo media sosial perusahaan menemukan bahwa 90% orang percaya bahwa media sosial adalah bagian penting dari strategi pemasaran mereka, dan 80% juga mengatakan bahwa media sosial adalah bagian penting dari strategi bisnis mereka (Quesenberry, 2019, hal.43)).

Perkembangan teknologi, internet, dan media sosial yang cukup pesat, mendorong para media konvensional beralih ke ranah digital untuk bisa diakses dengan mudah oleh banyak orang, karena cepatnya penyebaran informasi melalui media sosial. Begitu banyak media digital saat ini, tetapi belum banyak yang ramah disabilitas khususnya untuk disabilitas Tuli. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pelaksanaan dan Pemenuhan Hak Penyandang Disabilitas bahwa disabilitas memiliki asas atau hak dalam memperoleh informasi.

Menurut data yang dihimpun Kementerian Sosial melalui Sistem Informasi Manajemen Penyandang Disabilitas (SIMPD), per 13 Januari 2021, jumlah penyandang disabilitas yang tercatat sebanyak 209.604. Penyandang disabilitas hanya 34,89% memperoleh informasi melalui telepon gengguan 81,61% non disabilitas, sedangkan untuk akses internet hanya 8,50% bagi penyandang disabilitas dan 45,46% non disabilitas (Menpan, 2021). Melihat hal tersebut, Merah Putih Media menciptakan anak media baru, KamiBijak. KamiBijak sebagai media dengan motto nonprofit yang memberikan akses informasi kepada teman-teman difabel, sehingga mewujudkan akses informasi yang setara demi kebutuhan sosial. KamiBijak menyebarkan informasinya melalui berbagai platform seperti website, YouTube, Instagram, Facebook, dan TikTok. Dalam hal ini KamiBijak membutuhkan peran *social media content strategist* untuk mengelola media sosial agar konsisten dalam memberikan informasi. Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi yang bekerja di media yang diperuntukan untuk disabilitas, banyak pelajaran dan praktek kerja yang didapat dan juga suatu tantangan baru, dimana ditanggung jawabkan untuk membuat konten khusus disabilitas terutama bagi yang memiliki kekurangan dalam pendengaran, dengan teori diperoleh melalui pembelajaran semasa perkuliahan.

Kebanyakan orang tidak mengalami kendala atau batasan kecepatan informasi tentang suatu peristiwa ketika ingin mengakses media yang mereka butuhkan. Tidak seperti difabel atau difabel, tidak semua dari mereka bisa mendapatkan kecepatan informasi karena keterbatasannya.

1.2. TUJUAN KERJA MAGANG

Secara umum, pelaksanaan kerja magang ini adalah untuk memenuhi persyaratan kuliah/kelulusan yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, pelaksanaan kerja magang penulis sebagai *Social Media Content Strategist* memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui secara langsung proses kerja sebagai *Social Media Content Strategist* di media KamiBijak.com
2. Untuk mengimplementasikan ilmu yang telah didapat semasa perkuliahan dan mengasah softskill dengan mengetahui strategi media

sosial yang tepat dalam melakukan riset dan membuat rencana serta jadwal konten dalam dunia profesional.

1.3. WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis dimulai dari 30 Agustus 2021 sampai 10 Desember 2021. Hari dan jam kerja magang dimulai dari hari senin sampai jumat dan jam 09.00 WIB sampai 17.00 WIB. Kerja 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 Cluster Paramount Hill Golf Jalan Gading Golf Timur Blok GGT No 112, Gading Serpong, Cihuni, Pagedangan, Tangerang, Banten 15810.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah tahapan atau prosedur pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis :

1. Tahap pertama, penulis mempersiapkan curriculum vitae (CV) dan dokumen lainnya untuk dikirimkan ke perusahaan melalui email.
2. Tahap kedua, penulis mendapatkan balasan dari perusahaan dan panggilan untuk wawancara dengan HRD dari PT Merah Putih Media.
3. Tahap ketiga, penulis mengajukan formulir kerja magang (KM-01) kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi melalui *google form* yang telah diberikan oleh UMN.
4. Tahap keempat, menerima surat pengantar magang (KM-02) yang telah ditandatangani oleh Ketua Program Studi dan mengirimkannya kepada perusahaan, kemudian setelah mengirim surat pengantar magang penulis mendapatkan surat penerimaan magang dari PT Merah Putih Media dan siap untuk mulai bekerja.
5. Tahap kelima, penulis mulai berkerja pada tanggal 30 Agustus 2021 dan ditetapkan posisi *social media content strategist* di PT Merah Putih Media divisi KamiBijak.

6. Tahap keenam, penulis melengkapi surat kerja magang dari universitas sesuai dengan KM-03 sampai KM-07.
7. Tahap ketujuh, menyerahkan lembaran penilaian pada pembimbing lapangan yang kemudian dikebalikan kepada penulis dalam keadaan tersegel.
8. Tahap kedelapan, penulis membuat laporan kerja magang sesuai dengan buku panduan universitas.
9. Tahap kesembilan, penulis melakukan bimbingan dengan pembimbing magang untuk memperbaiki tiap kesalahan pada proses pembuatan laporan kerja magang yang nantinya akan dipresentasikan saat sidang.