

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa merupakan alat menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak, yang menggunakan berbagai media komunikasi seperti film, surat kabar, radio, dan televisi (Hafied Cangara, 2010:123). Media masa bukan hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi yang massif, melainkan juga sebagai sumber informasi, dan juga sumber ilmu komunikasi. Dalam perjalannya, media massa mengalami berbagai perubahan akibat perkembangan zaman dan teknologi.

Perkembangan teknologi melahirkan sebuah platform baru yang menjadi salah satu media utama dalam dunia digital, yaitu media sosial. Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam Ashwar Anis (2018), media sosial adalah sebuah kumpulan aplikasi berbasis internet yang dibentuk atas dasar ideologi dan teknologi *web 2.0*, yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran *user-generated content*.

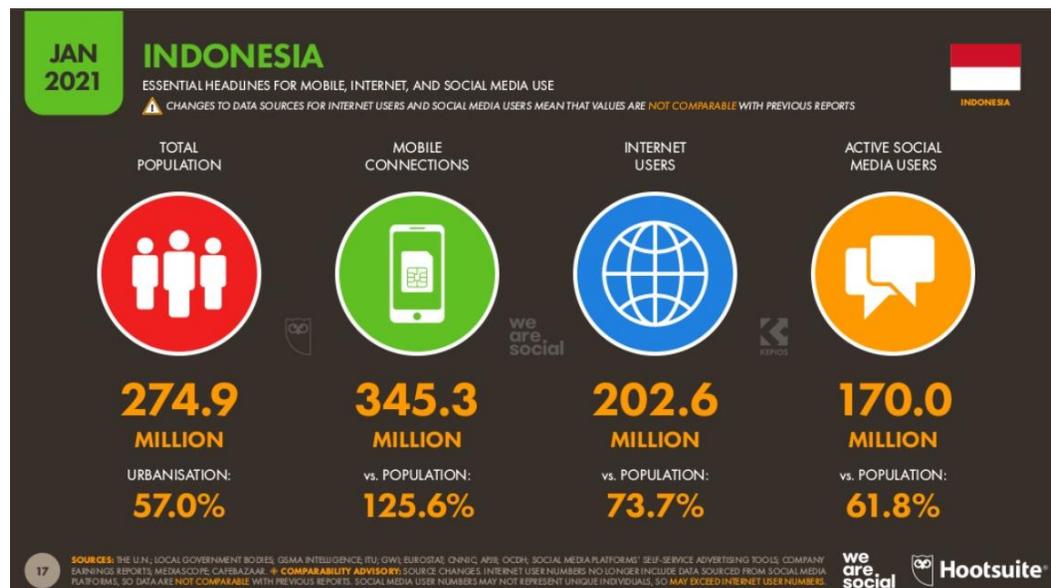
Sedangkan, menurut Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), media sosial merupakan media yang berfungsi bagi konsumennya untuk membagikan teks, gambar, suara, dan video informatif dengan sesama pengguna lain atau perusahaan dan lain-lain. Dari kedua definisi media sosial di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan wadah yang memungkinkan para penggunanya untuk berkomunikasi atau melakukan kegiatan sosial dengan berbagi teks, gambar, suara, dan lain-lain.

Pengguna internet di Indonesia pada Januari 2021 mencapai 202,6 juta orang, angka ini meningkat sejumlah 17 juta atau 16% dari tahun 2020, dan pengguna media sosial di Indonesia mencapai 170 juta orang, yang meningkat 10

juta atau 6,3% dari tahun 2020 (Hootsuite: We Are Social, 2021). Terus meningkatnya pengguna internet dan media sosial menjadi salah satu alasan utama bagi perusahaan untuk beralih ke media *online* dan melakukan kegiatan komunikasi pemasaran di media sosial.

Sebagai media yang berbasis pada *platform online*, PT Merah Putih menggunakan media sosial sebagai salah satu platform untuk menyebarkan informasi dan melakukan komunikasi. PT Merah Putih Media merupakan media yang berada di bawah naungan JHL Group, yang dimiliki oleh Jerry Hermawan Lo. PT Merah Putih Media merupakan media berbasis *online*, yang didirikan pada tahun 2014.

Gambar 1.1 Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia

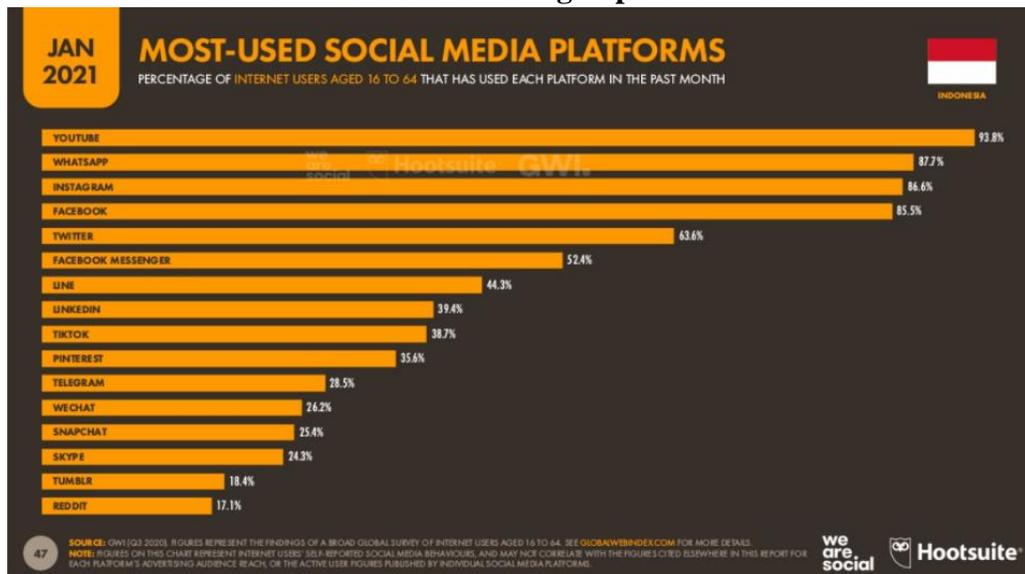


Sumber: Hootsuite: We Are Social, 2021

PT Merah Putih media menggunakan berbagai media sosial untuk melakukan komunikasi pemasaran, yaitu Instagram, Facebook, dan Twitter. Dilansir dari Hootsuite: We Are Social (2021), Instagram berada di urutan ketiga sebagai media sosial yang paling sering digunakan, dengan persentase 86,6%.

Lalu, disusul oleh Facebook di urutan keempat dengan 85,5%, dan Twitter di urutan kelima dengan 63,6%.

Gambar 1.2 Media Sosial Paling Populer di Indonesia



Sumber: Hootsuite: We Are Social, 2021

PT Merah Putih Media menaungi 5 media yang berbeda dari segi target audiens, yaitu merahputih.com, Side.id, KabarOto, KamiBijak, dan BolaSkor. Penulis melakukan praktik kerja magang pada media Side.id, yaitu media kawasan Gading Serpong, BSD, dan Alam Sutera yang fokus memberikan informasi yang ada di sekitar daerah-daerah tersebut. Penulis menempati posisi sebagai *social media officer*, posisi yang dinaungi divisi *marketing communications*, yang bertugas mengurus kegiatan pemasaran media sosial.

Menurut Gunelius dalam Santoso (2017), pemasaran media sosial adalah pemasaran yang digunakan untuk menghasilkan kesadaran dan pengakuan, serta menjadi pengingat yang mendorong perubahan perilaku konsumen atau adanya tindakan terhadap suatu merek, produk, bisnis, individu, atau kelompok dengan menggunakan alat dari web sosial seperti blog, microblog, dan jejaring sosial, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Selain menggunakan Instagram, Facebook, dan Twitter, Side.id juga memanfaatkan media yang sedang populer di berbagai kalangan masyarakat, yaitu TikTok. TikTok merupakan salah satu aplikasi media sosial berbasis video asal China, yang berfokus pada penggunaan database musik dan algoritma yang kuat. Dari sebuah dokumen presentasi yang diterima suatu biro iklan, diketahui jumlah pengguna aktif bulanan TikTok pada Oktober 2020 mencapai 732 juta orang (Conney Stephanie, 2021).

Gambar 1.3 Jumlah Pengguna TikTok



Sumber: Conney Stephanie, Kompas.com, 2021

Adapun tugas yang harus dijalankan penulis sebagai *social media officer* di Side.id, yaitu membuat caption untuk update berita harian di seluruh media sosial (Facebook, Twitter, dan Instagram), *approach tenants* untuk menjalin kerja sama dan untuk liputan, mengikuti rapat mingguan untuk *update* hasil pekerjaan, merancang dan menjalankan *campaign* di media sosial, dan melakukan produksi serta editing video liputan untuk diunggah ke TikTok. Seluruh kegiatan tersebut

dilakukan sebagai aktivitas pemasaran media sosial dengan tujuan untuk memperluas *awareness* dan *engagement* Side.id, serta membantu tenant-tenant yang ada di sekitar daerah Gading Serpong, BSD, dan Alam Sutera.

Penulis berharap dengan melakukan praktik magang di PT. Merah Putih Media, penulis dapat mempelajari lebih lanjut mengenai pemasaran media sosial khususnya dalam membuat *copywriting*, menjalin kerja sama dengan pihak lain, dan melaksanakan *digital campaign* di berbagai platform media sosial PT Merah Putih Media yang merupakan media massa dengan kredibilitas yang tinggi dan reputasi yang baik di mata masyarakat.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dilakukannya kerja magang ini adalah sebagai berikut.

1. Memahami *social media marketing* yang dilakukan oleh PT Merah Putih Media.
2. Mendapatkan pengalaman nyata dengan mempraktekkan ilmu komunikasi yang telah dipelajari selama studi di Universitas Multimedia Nusantara, pada kegiatan pemasaran media sosial di PT Merah Putih Media.
3. Langkah awal terlibat dalam perusahaan resmi dengan alur kerja yang profesional.
4. Melatih kemampuan koordinasi antar rekan kerja dan membangun *networking* dengan segala pihak yang terlibat di PT Merah Putih Media.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan selama kurang lebih 60 hari (3 bulan), terhitung dari tanggal 9 Agustus 2021 hingga 29 Oktober 2021, dengan

jadwal kerja hari Senin sampai Jumat, jam kerja dimulai pukul 10.00 hingga 18.00 WIB. Jadwal tersebut berlaku untuk kerja secara *online* (*Work From Home*) maupun *offline* (*Work From Office*). Kerja magang dilaksanakan di kantor PT Merah Putih Media yang berlokasi di Paramount Hill Golf blok GGT no 112, Paramount Serpong, Pagedangan, Kabupaten Tangerang.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Adapun prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis yakni sebagai berikut.

1. Mengirimkan resume kepada HRD PT Merah Putih Media.
2. Melakukan interview secara *online* dengan HRD PT Merah Putih Media pada 9 Juli 2021.
3. Melakukan interview secara *online* dengan *user* divisi media sosial PT Merah Putih Media pada 12 Juli 2021.
4. Memulai kegiatan praktik kerja magang dengan status magang mandiri pada 13 Juli 2021.
5. Mengajukan KM-01 untuk disetujui Kepala Program Studi.
6. KM-02 sebagai tanda praktik magang resmi diterima penulis pada tanggal 9 Agustus 2021.
7. Kegiatan magang dilakukan terhitung tanggal 9 Agustus 2021 hingga 29 Oktober 2021.
8. KM-06 dan KM-07 yang berisi penilaian kinerja penulis diserahkan kepada pembimbing lapangan magang, Eggi Pradia Wiguna.