



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:

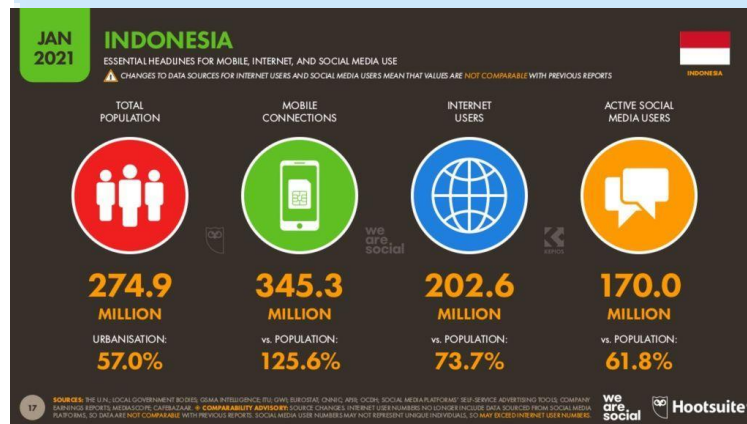
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang mengalami perkembangan dengan sangat pesat setiap tahunnya mempermudah manusia dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Salah satunya adalah dengan kemunculan *internet*. Dengan adanya internet tersebut, setiap orang dapat dengan mudah berkomunikasi dan mengakses informasi dari berbagai tempat di belahan dunia tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2021



(Sumber: We Are Social/Hootsuite, 2021)

Dilansir dari Detikinet (Haryanto, 2021), pada hasil laporan terbaru yang dirilis oleh Hootsuite yang berjudul “Digital 2021” mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2021 mencapai angka 202.6 juta jiwa yang merupakan 73.7% dari jumlah populasi di Indonesia.

Berdasarkan data dari laporan yang dikeluarkan oleh Hootsuite tersebut juga mengungkapkan bahwa setiap hari penggunaan internet seseorang melalui perangkat apa pun mencapai 8 jam, 52 menit. Dengan tingginya penggunaan internet saat ini, banyak perusahaan yang

memanfaatkan internet sebagai sarana mengkomunikasikan keperluan bisnis kepada khalayak.

Dalam mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan kepada para pembacanya melalui internet, perusahaan membutuhkan sebuah strategi yang melibatkan *website*, *advertisement*, media sosial serta SEO. Menurut Muljono (2018, p. 26), SEO atau *Search Engine Optimization* merupakan sebuah bentuk strategi yang digunakan agar konten bisnis yang dimiliki berada pada halaman pertama dari mesin pencari dengan kata kunci tertentu. SEO dibutuhkan oleh pemilik *website* khususnya dalam kegiatan bisnis, dimana persaingan agar dapat muncul di halaman awal melalui hasil pencarian sangatlah ketat.

Dengan mendapatkan peringkat yang baik di hasil pencarian sendiri juga memiliki efek, yaitu tereksposnya informasi dari konten yang ada di *website* perusahaan yang dapat menarik *traffic* pengunjung *website* sehingga memiliki potensi terjadinya konversi berupa pembelian. Efek lain dari meningkatnya *traffic* dari sebuah *website* juga meningkatkan *brand awareness* dari sebuah situs (Muljono, 2018, p. 26).

Herlina (2019, p. 125) menyatakan definisi dari 10 variasi *platform* media digital. Salah satunya adalah *website* berbasis konten yang dimana para penggunanya dapat mengakses aneka konten seperti film, musik, berita, pengetahuan, dan gim.

Gamedia Digital yang menjadi bagian dari Gamedia Asri Media dan merupakan anak dari perusahaan Kompas Gamedia. Gamedia Asri Media merupakan sebuah perusahaan yang menyediakan jaringan toko buku dengan nama Toko Buku Gamedia yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia. Dengan adanya perkembangan teknologi saat ini, Toko Buku Gamedia mengembangkan *platform* media digital mereka, yaitu *website* yang digunakan untuk menjangkau lebih banyak orang. Gamedia Digital melakukan salah satu strategi promosi, yaitu *copywriting* yang memanfaatkan teknik pemilihan kata agar pembacanya mau membeli atau

melakukan sesuatu seperti yang diperintahkan dalam tulisan (Enterprise, 2012, p. 1).

Alasan penulis melaksanakan praktik kerja magang di Gramedia Digital adalah karena penulis ingin mengembangkan kemampuan menulis serta mengaplikasikan pembelajaran yang telah di dapat selama ini mengenai *digital marketing*. Adapun laporan kerja magang yang dibuat ini guna menjelaskan lebih lanjut mengenai kegiatan *copywriting* yang ada di Gramedia Digital.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang yang penulis lakukan memiliki tujuan untuk mengetahui aktivitas Copywriter Intern di dalam Divisi SEO pada Gramedia Digital. Penulis memiliki kesempatan untuk secara langsung merasakan proses pembuatan artikel serta *product placement* dan *copywriting* yang terjadi di lingkungan kerja profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan

Praktik kerja magang dilakukan penulis di Gramedia Digital secara *online*. Kerja magang ini dilakukan penulis selama kurun waktu 3 bulan, terhitung sejak tanggal 9 Agustus 2021 hingga 9 November 2021. Setiap hari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja setiap harinya 7 jam, yang dimulai pukul 09.00 sampai pukul 16.00.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan

Dalam melakukan persiapan program kerja magang, berikut ini prosedur pelaksanaan yang diikuti oleh mahasiswa magang:

- 1) Mengajukan Kartu Magang KM-1 kepada pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara untuk meminta persetujuan kepada Kepala Program Studi Strategic Communication.
- 2) Mengajukan Surat Pengantar Kerja Magang KM-2 yang telah diandatangani oleh Kaprobad yang ditujukan kepada PT. Gramedia Asri Media.
- 3) Mendapatkan Surat Konfirmasi Penerimaan Magang yang menandakan mahasiswa telah diterima sebagai peserta magang.
- 4) Mengurus dokumen keperluan magang, seperti Kartu Kerja Magang, Formulir Kehadiran Kerja Magang, Formulir Realisasi Kerja Magang dan diisi selama praktik kerja magang.
- 5) Selama periode praktek kerja magang, mahasiswa telah melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing minimal 4 kali pertemuan.

UJMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA