



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:

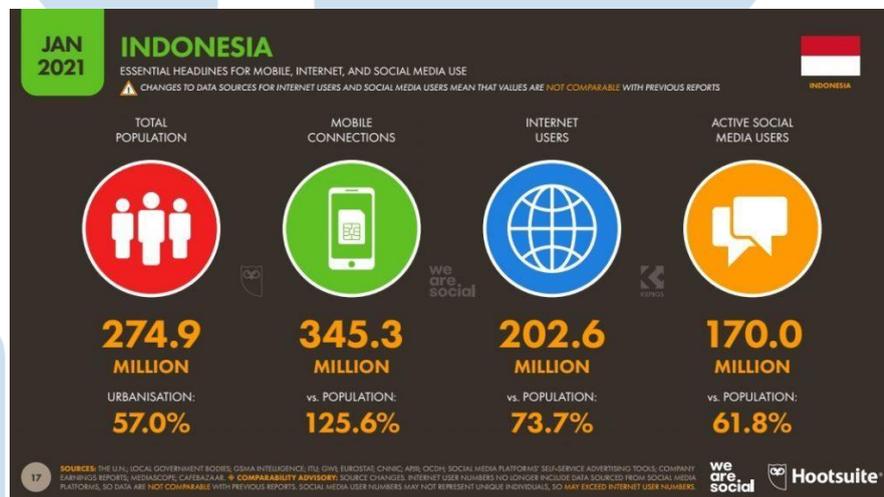
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial merupakan sebuah sarana komunikasi, kolaborasi dan budaya daring di antara jaringan orang, organisasi, dan komunitas yang dapat saling berhubungan satu sama lain melalui kemampuan teknologi (Tuten, Tracy L.; Solomon, 2013, p. 2). Menggunakan media sosial dapat memungkinkan melakukan komunikasi antar individu melalui tulisan, audio visual, dan visual (Puntoandi, 2011, p. 1). Media sosial dilihat dapat dimanfaatkan dalam membuat dan memberikan sebuah informasi, minat, dan opini publik (Khan, 2017, p. 2).



(Sumber We Are Social, 2021)

Gambar 1.1 Riset pengguna Internet di Indonesia

Dilansir dari Kompas.com, Hasil riset yang dilakukan *Hootsuite* dan *We Are Social* 2021, bahwa adanya 202,6 juta pengguna internet dan sebanyak 170 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia (Pertwi, 2021). Hal ini menjadi sebuah alasan perusahaan media dalam melakukan pengelolaan media sosial.

Dalam memanfaatkan media sosial untuk melakukan penyampaian

informasi yang baik, dibutuhkannya sebuah keahlian dalam melakukan pengelolaan media sosial. Kehadiran *social media officer* dalam sebuah perusahaan tentunya menjadi sebuah peluang bagi perusahaan media yang memanfaatkan media sosial dalam membuat perencanaan komunikasi yang lebih efektif dan efisien. Dalam menjalankan tugas sebagai *social media officer*, setiap perencanaan komunikasi didasari dengan adanya sebuah topik yang sedang menarik dibicarakan masyarakat.

Menjadi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi dengan minat studi pendidikan *Marketing Communication*, mendapat kesempatan dalam praktik kerja magang di bidang *social media officer* memberikan sebuah peluang baik untuk meningkatkan kreativitas dalam melakukan pengelolaan media sosial yang efektif dan efisien. Selain itu, pengelolaan media sosial yang sudah dilakukan, mendapatkan pengetahuan baru bagaimana perusahaan media melakukan persaingan bisa melakukan strategi perencanaan konten yang tepat, mampu membuat masyarakat tertarik dengan informasi yang disampaikan.

Pelaksanaan kegiatan praktik kerja magang mendapatkan kesempatan untuk melakukan kegiatan kerja magang di PT Cipta Megaswara Televisi yang merupakan perusahaan menaungi portal berita Kompas TV. Alasan pemilihan tempat magang di Kompas TV melihat kehadiran perusahaan dalam memberikan informasi berita melalui media massa hingga beralih pada media digital sejak tahun 2011 tentunya memiliki pengalaman lebih dalam menghadapi persaingan media digital lain yang ingin mendapatkan perhatian publik. Dampak pelaksanaan magang yang dilakukan, dapat memberikan pengalaman lebih dalam mengimplementasikan pembelajaran kuliah yang sudah diberikan dosen pengampu selama 6 semester.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan adanya pelaksanaan kegiatan praktik magang adalah :

1. Mengetahui bagaimana aktivitas yang dilakukan *social media officer* di KompasTV

2. Menerapkan materi perkuliahan *media production* dan *digital communication* yang sudah diberikan kampus dalam melakukan pengelolaan media sosial.
3. Meningkatkan kompetensi dalam melakukan pengelolaan media sosial yang semakin efektif.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan magang di media Kompas TV berlangsung selama 70 hari kerja yang dimulai pada tanggal 20 September 2021 – 20 Desember 2021. Pelaksanaan kerja magang yang berlangsung di Kompas TV, diberikan kesempatan untuk terlibat dalam praktik kerja di perusahaan tersebut selama lima hari dari Senin hingga Jumat. Pelaksanaan jam kerja dilakukan pukul 09.00 WIB – 19.00 WIB.

Pelaksanaan kegiatan praktik kerja magang di Kompas TV yang dilakukan, bekerja secara *online (work from home)* dan *offline (work from office)* dikarenakan pandemi *covid-19*. Waktu pelaksanaan praktik kerja magang di perusahaan KompasTV secara *online* selama tiga hari dan *offline* selama dua hari dalam seminggu. Pembimbing praktik kerja magang selama berada di perusahaan Kompas TV adalah Ibu Roro Ajeng Sekar Arum dengan jabatan *social media & optimation lead*. Lokasi pelaksanaan kerja magang Kompas TV terletak di Menara Kompas Lt. 6, Jl. Palmerah Selatan No.21, Jakarta Pusat. Selama melaksanakan kerja magang secara *offline*, tidak adanya ketentuan menggunakan pakaian dengan busana tertentu. Namun, mengenakan pakaian yang rapi dan sopan.

Pelaksanaan praktik kerja magang di PT Cipta Megaswara Televisi khususnya Kompas TV, tentunya harus memenuhi beberapa prosedur dalam melakukan magang, meliputi :

1. Membuat *curriculum vitae* dan *cover letter*. Lalu mengirimkan data tersebut dengan email yang sudah ditentukan pihak Kompas TV.
2. Mendapatkan jawaban dari HR untuk mengirimkan surat pengantar

- kampus. Kemudian mengisi formulir permohonan kerja magang 01 (KM-01) melalui Google Form.
3. Melakukan briefing langsung melakukan pertemuan online antara HRD dengan Ibu Roro Ajeng Sekar Arum selaku *Social Media & Optimization Lead* sekaligus membuat kontrak kerja magang selama 60 hari terhitung penerimaan KM-02 Pihak kampus.
 4. Mendapatkan surat penerimaan magang di tempat perusahaan dan mengirimkan surat kepada kampus melalui *myumn*.
 5. Mengisi formulir KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Laporan Realisasi Kerja Magang), dan data lain yang diperlukan kampus.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA