



### **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

Sejak kemunculan MySpace dan Flickr pada tahun 2003-2004, yang kemudian melahirkan keberadaan Facebook, Twitter, dan Instagram pada tahun-tahun selanjutnya (Agustina S, 2020) membuat media sosial menjadi sangat terkenal hingga memiliki berjuta-juta pengguna hingga saat ini.

Menurut agensi marketing *We Are Social* dan platform manajemen media sosial Hootsuite dalam laporannya berjudul “*Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital*” menunjukkan bahwa sebanyak 170 juta penduduk Indonesia merupakan pengguna media sosial dari total 274,9 juta penduduk (Yusuf, 2021).

Dengan perincian YouTube (82%) sebagai media sosial paling banyak digunakan, disusul oleh Facebook dan Instagram (77%), berdasarkan hasil survei Jakpat (Javier, 2021). Dengan rata-rata waktu per hari sebanyak 3 jam 14 menit, berdasarkan laporan agensi marketing *We Are Social* dan platform manajemen media sosial Hootsuite dalam laporannya berjudul “*Digital 2021: The Latest Insights Into The State of Digital*” (Nistanto, 2021).

Berdasarkan paparan di atas, penulis sadar bahwa keberadaan media sosial yang akan terus bertumbuh dan berubah kepentingan dari sekadar menjadi tempat hiburan dan jejaring sosial, tetapi juga sebagai pusat informasi. Oleh karenanya, pada kesempatan kerja magang kali ini, penulis melakukan magang di sebuah perusahaan *startup* berbasis NGO atau LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) yang aktif di platform media sosial Instagram, Get Wellness Soon (GWS).

GWS sendiri baru didirikan setengah tahun yang lalu atau lebih tepatnya pada tanggal 25 Juni 2021 oleh Timothy Kennedy, seorang mahasiswa Universitas Indonesia (UI) Jurusan Gizi. GWS didirikan atas keresahan *founder* dan kawan-kawan untuk lebih paham dan sadar atas kesehatan remaja Indonesia yang didasarkan pada konsep *Wellness* yang mencakup pada kesehatan fisik, mental

(intrapersonal), dan sosialnya. Dengan menitikberatkan masalah-masalah seperti kualitas hidup remaja Indonesia yang belum optimal.

Struktur divisi GWS sendiri terbagi atas penulis konten (*content writer*), desain, HRD, dan PR. Pada kesempatan magang ini, penulis bertugas sebagai *content writer* pada ketiga divisi penulisan konten GWS, yaitu intrapersonal, interpersonal, dan gizi. Konten ditulis dalam bahasa yang mudah dimengerti, lugas, dan singkat berhubung dipublikasikan di media sosial, Instagram.

Hal ini mengingat *attention span* yang singkat oleh pengguna media sosial, karenanya konten dibuat sesingkat mungkin sehingga informasi yang didapatkan langsung pada intisarinya.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Dalam sebuah kerja magang terdapat tujuan yang hendak dicapai, berikut diantaranya:

1. Memberikan pengalaman terhadap dunia kerja dan berorganisasi.
2. Mengasah kemampuan berkomunikasi antar tim dan antar divisi baik di dalam tubuh organisasi maupun perusahaan.
3. Meningkatkan kemampuan memproduksi konten di media sosial khususnya dalam hal tulis menulis.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang**

Pelaksanaan kerja magang di *Get Wellness Soon* (GWS) terhitung mulai pada 17 September sampai dengan 17 Desember 2021. Jadwal masuk penulis tiga hari seminggu dengan 3-6 jam per hari. Pelaksanaan magang dilakukan secara daring atau *work from home* (WFH).

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang**

Pelaksanaan magang dimulai saat penulis melakukan proses pendaftaran magang melalui Google Form yang tertera di bio Instagram GWS. Setelah mengisi data diri dan *curriculum vitae*, penulis menekan tombol '*submit*' pada Google Form tersebut dan menunggu kabar berikutnya.

Beberapa hari setelahnya, penulis mendapat notifikasi *e-mail* dari HRD GWS mengenai keterangan lolos seleksi berkas dan jadwal wawancara pada 8 September 2021. Setelah menentukan jadwal wawancara yang dilakukan pada tanggal 11 September, tepat tiga hari berikutnya penulis pun diwawancarai oleh Ketua Divisi *Content Writer*, Nur Rahmah Utami, melalui Google Meet.

Pada tanggal 15 September 2021, penulis kembali mendapatkan notifikasi *e-mail* dari GWS yang menyatakan bahwa penulis diterima magang di *Get Wellness Soon* dengan posisi *content writer*. Bersamaan dengan itu, penulis juga diminta untuk menandatangani *Memorandum of Understanding* (MoU) sebagai persetujuan agar penulis memenuhi kewajibannya sebagai *content writer* di GWS.

Pada tanggal 17 September 2021, penulis diundang ke dalam *welcoming party* anak-anak baru dari semua divisi GWS yang diadakan secara daring melalui ZOOM. Dalam *welcoming party* tersebut dijelaskan apa itu GWS, visi misi, dan hal-hal yang berkaitan tentang perusahaan. Kemudian, melalui arahan *founder*, penulis diminta masuk ke *breakout room* selama 15-25 menit untuk berkenalan dengan anggota divisi *Content Writer* GWS. Selama di *breakout room*, saya bertemu untuk kedua kalinya dengan Nur Rahmah Utami yang merupakan Ketua Divisi *Content Writer* GWS sekaligus editor dan pembimbing lapangan selama magang.

Selama *welcoming party* tersebut, beliau menjelaskan tentang prosedur kerja dan pembuatan konten GWS. Dimulai dari penggunaan Google Drive sebagai tempat penyimpanan semua konten-konten GWS, lalu penulisan dan penyuntingan konten yang dilakukan melalui Google Docs, serta proses komunikasi yang dilakukan anggota divisi *content writer* yang akan berlangsung di aplikasi mengirim pesan pesan LINE. Beliau juga menjelaskan meski tidak ada jam kerja khusus dan hanya perlu mengerjakan konten seminggu sekali, tetapi tetap ada *deadline* yang harus dipatuhi setiap anggota divisi, yaitu hari Rabu untuk pengumpulan terakhir tulisan.

Selama kerja magang via WFH ini, komunikasi berlangsung di LINE dengan pembagian kerja dilakukan di grup khusus *content writer* yang

beranggotakan 9 orang. Pembagian tema tulisan antara interpersonal, intrapersonal, dan gizi, dilakukan secara acak sesuai dengan kebijakan ketua divisi.

Periode magang berlangsung hingga pertengahan Desember. Selama 60 hari kerja magang ini penulis mendapat banyak pelajaran dari kesalahan tulisan dan pengalaman membuat konten singkat, serta dalam prosesnya menambah ilmu penulis terhadap kesehatan gizi dan pengembangan diri remaja.

Dua minggu sebelum periode magang berakhir, penulis mengurus KM-03 dan seterusnya, lalu lanjut merinci seluruh pelaksanaan magang.