



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 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang begitu pesat mempengaruhi perubahan cara mengkonsumsi media, dari media konvensional ke media digital. Saat ini sedang marak media yang membantu masyarakat Indonesia untuk mencari informasi, edukasi, dan *entertainment*, khususnya media digital. Media digital sendiri secara definisi daitikan sebagai format konten yang dapat diakses oleh perangkat - perangkat digital dan dapat berupa *website*, media sosial, gambar, video, audio, dan lain - lain. Berdasarkan data *We Are Social* awal tahun 2021, sekitar 57% penduduk Indonesia menggunakan berbagai media sosial dengan angka mencapai 7,83 miliar pengguna.. Youtube menjadi media yang sering diakses dengan 92%, disusul Whatsapp 87%, Instagram 86%. orang, dan Instagram 85% (<https://www.andi.link>). Artinya media sosial menghadirkan interaksi traffic online yang tinggi setiap waktunya. Melihat karakteristik media sosial yang menciptakan interaksi dan sarana berbagai virtual membuat media *online* melirik untuk mengarahkan pengguna media sosial mengunjungi media *online*. Tidak hanya berlomba dengan jumlah *traffic* kunjungan, media sosial juga berlomba meningkatkan *followers* dengan asumi, semakin banyak *followers* akan semakin tinggi interaksi *virtual* di media *online*.

Jejak Digital adalah suatu media massa digital yang hadir sebagai *platform* untuk anak muda berekspresi dengan buah pemikiran yang kritis dan inovatif dalam menghadapi era baru dari industri digital. Jejak Digital dapat memunculkan ide dan keberanian dalam bersikap menjadikan nilai idealis tetap terjaga dan utuh sesuai *tagline* “media anak muda”.

Penetrasi Internet di Indonesia tiap tahun mengalami peningkatan. Meskipun demikian, tingginya tingkat penggunaan internet masih belum memberikan dampak yang optimal terkait pemberdayaan masyarakat, khususnya anak muda. Rendahnya tingkat literasi digital, serta kurangnya yang positif di Internet membuat sebagian anak muda di Indonesia belum dapat pengetahuan akan konten memanfaatkan peran teknologi dan media digital secara optimal dalam kehidupan mereka sehari-hari, terutama terkait dengan peran teknologi tersebut sebagai sumber informasi mengenai pengetahuan dan pendidikan. Menurut www.idntimes.com, konten edukasi dan informasi di Indonesia tak begitu terkenal khususnya di generasi milenial. Dan terdapat alasan konten edukasi dan informasi di Indonesia tak begitu terkenal khususnya di generasi milenial karena, masyarakat Indonesia memiliki rasa ingin tahu yang masih minim dan orang cenderung membuka media sosial hanya untuk hiburan / *entertainment*.

Sebagai media informasi dan *entertainment* digital, pembuatan konten kreatif pada media sosial merupakan hal yang krusial, karena begitu besarnya kompetisi antar media digital untuk menjadi yang paling diminati oleh masyarakat, mendorong media digital untuk tampil menarik dan berbeda dengan media digital lainnya. Sehingga kreativitas konten merupakan hal penting bagi suatu media digital untuk lebih menarik konsumen dan sebagai pembeda dengan media digital lainnya. Menurut Kinsnorth (2016) Dalam penciptaan konten kreatif di sosial media, terdapat beberapa hal dan langkah yang perlu diperhatikan seperti, pencipta konten harus memahami dampak yang mungkin terjadi, memahami bisnis dan konteks pasar, memahami konsumen, memahami potensi apa yang akan terjadi, dan mengukur serta mengembangkan strategi.

Media Jejak Digital yang memiliki tujuan sebagai “Media anak muda”, saat ini lebih sering menciptakan konten - konten informasi dan edukasi saja.

Namun, jika berkaca dari media digital modern yang memiliki banyak pengikut dan konsumen mayoritas anak muda seperti USS Feeds, Volix Media, dan Folkative, selain menciptakan konten informasi dan edukasi, media - media tersebut juga kerap menciptakan konten entertainment.

Namun, dikarenakan sedikitnya konten *entertainment* pada Jejak Digital membuat kurangnya Jejak Digital dalam memaksimalkan *traffic online*. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan kerja magang di Jejak Digital guna membantu dalam memaksimalkan Jejak Digital dalam membuat konten kreatif dan strategi untuk meningkatkan *online traffic* pada sosial media Jejak Digital.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan kerja magang ini terbagi menjadi 3, yaitu:

1. Untuk mengetahui praktik konten kreatif di Jejak Digital
2. Untuk mengimplementasikan pengetahuan praktis terkait penciptaan konten kreatif di Jejak Digital
3. Untuk mengasah keterampilan komunikasi dan kerja sama dalam tim.

1.3 Waktu Dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang dilaksanakan selama 64 hari dalam 3 bulan kalender, terhitung mulai 9 Agustus 2021 hingga 9 November 2021. Pelaksanaan praktik kerja magang dilakukan secara offline dan online yang mewajibkan bekerja mulai Senin sampai Jumat dan memiliki jam kerja tetap yaitu pukul 09.00 - 17.00 WIB. Namun pada hari Senin dan Kamis diizinkan untuk mengikuti kelas online.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Ada beberapa prosedur yang harus diikuti oleh penulis dalam melaksanakan kerja magang, yaitu:

1. Penulis melakukan pengisian form KM1-01 yang menunjukkan tempat magang yang penulis tuju kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Penulis menyerahkan KM-02 untuk menyampaikan informasi terkait perusahaan untuk didata.
3. Penulis mendapatkan form KM-03 sebagai tanda kartu kerja magang, diiringi dengan KM-04 yang merupakan absen kerja penulis, KM-05 yang merupakan garis besar pekerjaan yang penulis lakukan setiap minggunya, KM-06 yang merupakan penilaian kerja magang dari pembimbing lapangan, lalu KM-07 yang merupakan lembar verifikasi laporan magang.
4. Penulis melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing
5. Pengisian KM-06 oleh pembimbing magang beserta tanda tangan untuk KM-03, KM-04, KM-05 hingga KM-07
6. Penulis menyelesaikan praktik kerja magang dan menyusun laporan kerja magang.
7. Penulis melakukan sidang magang.

UJMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA