

BAB I

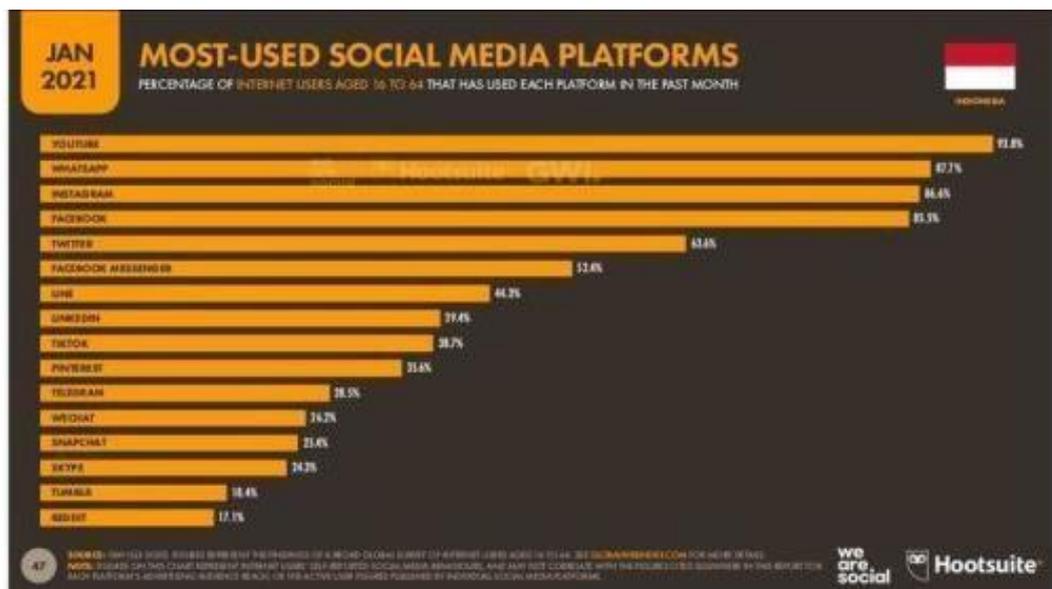
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan waktu, media sosial menjadi media yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat. Untuk mendapatkan pesan dan informasi penting, masyarakat dengan mudah menggunakan media sosial untuk mengakses berita yang sedang hangat di bagian dunia lain. Media sosial merupakan media berbasis internet yang memungkinkan para penggunanya untuk merepresentasikan dirinya melalui foto dan video, berinteraksi dengan orang lain, bekerja sama, berbagi cerita, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015, p. 11).

Media sosial memiliki banyak fungsi yang mempermudah para penggunanya, terlebih dalam hal berinteraksi dan berkomunikasi. Salah satu fungsi media sosial yang paling berguna bagi masyarakat di tengah masa pandemi adalah mengakses berita dan informasi penting terkait Covid-19. Hal ini sesuai dengan fungsi media sosial yang dikemukakan oleh Kietzman, Hermkens, dan McCarthy (2011) yaitu fungsi kehadiran antara pengguna membuat penggunanya dapat mengakses satu sama lain. Kejadian di bagian dunia lain dapat dengan mudah diketahui oleh masyarakat yang berbeda negara hanya dalam hitungan jam.

Gambar 1.1 Media sosial paling sering digunakan di Indonesia



(Sumber : Data Reportal, 2021)

Berdasarkan laporan Hootsuite Digital 2021, riset menunjukkan pola pemakaian media sosial orang Indonesia rata-rata menghabiskan 3 jam 14 menit sehari. Aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan adalah Youtube, WhatsApp, dan Instagram. Melalui data tersebut, didapatkan fakta bahwa masyarakat Indonesia lebih sering menggunakan banyak media daring untuk mencari informasi daripada media tradisional. Pengguna media daring sangat terbantu dan dimudahkan dengan adanya fitur-fitur tambahan di media sosial. Pengguna juga bebas mengkustomisasi berita dan informasi sesuai keinginan mereka (kontrol audiens).

Humas memiliki peranan penting bagi perusahaan dalam menyampaikan informasi, menjaga citra dan reputasi perusahaan, dan membangun hubungan dengan publiknya. Seorang praktisi humas yang baik harus bisa mengupayakan agar informasi bisa tersampaikan dengan efektif dan publiknya bisa memahami makna pesan tersebut. Jefkins (2003, p. 3) berpendapat bahwa kegiatan humas yang baik harus bisa menginformasikan, menciptakan pengetahuan dan pemahaman, serta menciptakan reputasi yang baik bagi perusahaan. Seorang humas harus mampu mengambil kepercayaan dan dukungan dari publiknya, khususnya dalam pengimplementasian segala program perusahaan.

Sama halnya dengan instansi pemerintahan juga membutuhkan praktisi humas yang kompeten untuk menyampaikan segala kebijakan dan hasil kerja pemerintah kepada publik. Seorang humas pemerintahan harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, melakukan riset terkait isu yang sedang hangat di masyarakat, dan menjangkau publiknya sehingga tercipta hubungan baik. Humas pemerintahan juga harus bisa memanfaatkan perkembangan teknologi dan informasi, khususnya menghadapi era disrupsi. Di era seperti ini, humas pemerintahan harus bisa memanfaatkan media sosial untuk membangun hubungan dengan publiknya dan untuk menyampaikan informasi penting.

Menghadapi tantangan besar di era disrupsi ini, humas pemerintah Indonesia harus adaptif, inovatif, dan kolaboratif. Humas Indonesia yang adaptif berarti mampu menyesuaikan diri dengan perubahan yang konstan, mampu mengelola ekspektasi, memberi literasi, dan meningkatkan intensitas komunikasi.

Humas Indonesia yang inovatif berarti mampu mempertahankan pengaruh humas dengan menggunakan media sosial. Dalam hal ini menggunakan platform media, humas harus mampu mencari cara menggunakan strategi komunikasi yang baik agar tetap bisa membangun hubungan yang akrab dengan publiknya. Humas Indonesia yang kolaboratif berarti mampu berkolaborasi dengan sektor lain atau dikenal dengan lintas bidang untuk menjaga reputasi Indonesia (Perhumas, 2021). Humas pemerintahan juga harus bisa memastikan bahwa informasi yang diterima oleh publik adalah fakta dan bukan pemberitaan hoaks.

Menurut Morissan (2008, p. 90) tugas bagi humas yang berada di organisasi nonprofit seperti badan pemerintahan adalah untuk mendapatkan kepercayaan publik agar mau terlibat dalam segala kegiatan yang direncanakan dan menyebarkan informasi yang dikemas dalam bentuk berbeda sesuai isu yang sedang hangat di masyarakat. Badan pemerintahan memiliki mitra kerja sendiri untuk melakukan kegiatan pelayanannya kepada publik. Seperti halnya di Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kementerian Kominfo) sebagai Instansi Pembina Jabatan Fungsional Pranata Humas di Indonesia.

Ikatan Pranata Humas Indonesia dikenal dengan nama Iprahumas Indonesia. Iprahumas Indonesia merupakan mitra kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika, yang diberikan hak secara penuh oleh pejabat yang berwenang untuk melakukan kegiatan pelayanan informasi kehumasan (Iprahumas, 2021). Cara penyampaian informasi yang diterapkan oleh Iprahumas adalah menggunakan media sosial dan Situs Web. Salah satu divisi penting di Iprahumas adalah divisi diseminasi informasi. Masing-masing anggota memiliki tugas dan tanggung jawabnya dalam menangani penyampaian informasi melalui media sosial dan Situs Web.

Peran anggota di bidang diseminasi dan informasi adalah untuk memastikan segala informasi penting terkait pemerintahan tersampaikan dengan baik kepada publik. Dilansir dari Kumparan.com mengatakan bahwa melalui Iprahumas, masyarakat bisa mengklarifikasikan yang mana fakta dan yang mana pemberitaan hoaks. Hal ini sesuai dengan salah satu fitur yang ada di Situs Web Iprahumas yaitu untuk mengklarifikasikan fakta dan hoaks.

Iprahumas memiliki manfaat penting khususnya bagi publiknya dalam mengakses informasi terbaru dan isu yang sedang hangat di masyarakat. Hal ini karena, praktisi humas yang tergabung di Iprahumas memiliki kemampuan untuk terus mengikuti zaman dan terus mengikuti berita terhangat.

Salah satu cabang penyampaian informasi di bidang diseminasi informasi adalah menggunakan media sosial Instagram. Anggota yang menjalankan tugas di bidang ini biasa disebut *social media strategist*, karena dalam pelaksanaannya seorang *social media strategist* harus bisa menetapkan strategi penyampaian informasi, melakukan riset, merencanakan, dan menyampaikan informasi menggunakan media sosial Instagram milik Iprahumas Indonesia yaitu @iprahumasindonesia. Serta untuk Situs Web, Iprahumas memanfaatkannya untuk menyampaikan segala informasi terkait kegiatan perusahaan, pernyataan rilis, klarifikasi hoaks, dan literasi kehumasan.

Gambar 1.2 Instagram Iprahumas



(Sumber : Dokumentasi Penulis, 2021)

Konten informasi yang disampaikan melalui Instagram Iprahumas telah disusun sesuai jadwal dan dibagi menjadi beberapa konten besar. Seperti literasi komunikasi, *feature spot news*, dan sebagainya. Melalui media sosial Instagram juga, Iprahumas mengajak audiensnya untuk ikut membicarakan tentang isu yang sedang hangat dan topik tertentu yaitu melalui program Ngapel Iprahumas. Program ini mengundang narasumber ahli untuk membahas tentang suatu topik melalui siaran langsung di Instagram. Pada intinya, konten yang diproduksi Instagram Iprahumas selalu memberikan edukasi dan literasi bagi pengikutnya.

Penulis berperan sebagai *social media strategist* yang merencanakan produksi konten dan informasi di media sosial Instagram Iprahumas Indonesia. Penulis memilih Iprahumas Indonesia untuk melakukan program kerja magang karena penulis tertarik dengan produksi konten di media sosial khususnya Instagram dan melihat bahwa Iprahumas merupakan badan pemerintahan yang kredibel dan kompeten, sehingga penulis akan mendapatkan banyak wawasan dan pengalaman di bidang kehumasan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang yang penulis lakukan di Iprahumas Indonesia adalah untuk memenuhi syarat kelulusan dalam memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi. Selain itu, program kerja magang ini bertujuan untuk menerapkan segala ilmu dan *skill* yang telah penulis dapatkan dan pelajari selama berada di dunia perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara.

Melalui program kerja magang ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman dan partisipasi profesional di dunia kerja. Dengan adanya program ini, penulis bisa menyalurkan dan mengimplementasikan minat di bidang kehumasan perusahaan. Selain itu, penulis juga bisa menggali lebih dalam mengenai sistem kerja dan alur kerja perusahaan dalam menghasilkan sebuah informasi penting bagi publiknya. Diharapkan melalui program kerja magang ini dapat membantu penulis untuk mendapatkan gambaran dan pengalaman nyata di dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melaksanakan magang di Iprahumas dari tanggal 19 Juli 2021 namun secara resmi oleh kampus terhitung berlangsung dari tanggal 9 Agustus 2021 hingga 19 November 2021 dengan total 124 hari kerja. Kerja magang dilaksanakan secara daring atau *Work From Home* (WFH), sehingga hari kerja bersifat fleksibel namun secara resmi jam aktif kantor dimulai dari jam 08.00 hingga 17.00 setiap hari Senin sampai Minggu. Untuk waktu diluar jam kerja bersifat fleksibel tergantung penanggung jawab lapangan yang memberikan tugas tambahan.

Waktu pertemuan Zoom juga fleksibel namun biasanya dilaksanakan setiap dua minggu sekali. Untuk hari pengunggahan konten dilaksanakan dari hari Senin sampai hari Sabtu, namun untuk perencanaan dan persiapan konten harus dikumpulkan ke tim desain minimal empat hari sebelumnya agar jika terdapat revisi di kemudian hari dapat dilakukan sebelum tanggal terbit konten. Untuk perencanaan konten dan persiapan konsep konten, penulis bebas mengerjakannya di pagi hari, siang hari, atau bahkan malam hari yang penting harus diselesaikan sebelum tenggat waktu. Jenis konten yang penulis persiapkan akan berganti setiap 1-2 minggu, tergantung jadwal yang dibuat oleh penanggung jawab lapangan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum kegiatan akademik Semester Ganjil 2021-2022 dimulai, penulis telah mengirimkan resume ke beberapa perusahaan yaitu dari awal bulan Juni 2021. Penulis sempat diterima di dua perusahaan setelah melamar, namun setelah konsultasi dengan beberapa dosen, kedua perusahaan tersebut tidak memenuhi syarat perusahaan diterima sebagai tempat magang. Kemudian di awal bulan Juli 2021, penulis melamar lagi di Iprahumas Indonesia dan penulis mendapatkan panggilan untuk wawancara di tanggal 12 Juli 2021. Prosedur lebih rinci mengenai prosedur pengajuan dan pelaksanaan magang, yaitu sebagai berikut:

- 1) Mencari perusahaan yang membuka lowongan magang di bidang Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Perusahaan, dan bidang lain yang berhubungan dengan bidang kerja ilmu komunikasi. Penulis memastikan perusahaan-perusahaan tersebut telah memenuhi syarat dari program studi.

Penulis sempat mengajukan dua perusahaan namun ditolak karena tidak memenuhi syarat yang telah ditetapkan oleh kampus. Kemudian penulis menemukan lowongan di Iprahumas Indonesia dan telah memenuhi syarat, lowongan yang dibuka juga sesuai dengan syarat dari program studi UMN yaitu *social media strategist*.

- 2) Mengajukan lamaran dengan mengirimkan resume pada tanggal 8 Juli 2021. Penulis belum menyertakan surat pengantar magang dari kampus karena proses pengajuan KM-01 masih dalam status ditahan sampai penulis telah mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) di awal Agustus 2021.
- 3) Telah lulus seleksi berkas dan mendapatkan undangan untuk mengikuti wawancara bersama ketua bidang diseminasi informasi Iprahumas Indonesia pada tanggal 11 Juli 2021.
- 4) Melakukan wawancara bersama anggota diseminasi informasi Iprahumas Indonesia yang lain pada tanggal 12 Juli 2021 pukul 15.00 WITA.
- 5) Mendapatkan informasi bahwa penulis telah diterima untuk bergabung bersama Iprahumas Indonesia di divisi diseminasi informasi menjadi seorang *social media strategist* dan secara resmi memulai kerja magang pada tanggal 19 Juli 2021.
- 6) Pada tanggal 18 Juli 2021 pukul 18.00 WITA penulis diundang untuk mengikuti Pertemuan Zoom bersama seluruh anggota Iprahumas Indonesia, untuk diperkenalkan sebagai anggota baru dan untuk membahas rencana kerja magang kedepannya.
- 7) Memulai kerja magang dari tanggal 19 Juli 2021 di bawah arahan penanggung jawab Sherly Julianti, selaku ketua bidang diseminasi informasi. Segala arahan kerja diberikan melalui pesan teks di aplikasi WhatsApp dan grup WhatsApp. Proses kerja magang ada yang dilakukan secara individu dan secara tim, tergantung penugasan dari penanggung jawab lapangan.
- 8) Melaksanakan kerja pertama di Iprahumas yaitu mempersiapkan konten program Ngapel di Instagram.
- 9) Mengajukan formulir KM-01 melalui tautan Google *Form* pada tanggal 6 Agustus 2021.

- 10) Menerima surat pengantar kerja magang dari UMN (KM-02) melalui surel mahasiswa pada tanggal 9 Agustus 2021.
- 11) Mengirimkan surat pengantar kerja dari UMN kepada Iprahumas pada tanggal 10 Agustus 2021 melalui WhatsApp kepada penanggung jawab lapangan selaku ketua bidang diseminasi dan informasi.
- 12) Mengunduh KM-03 sampai KM-07 untuk diisi secara individu dan meminta tanda tangan dan laporan kepada penanggung jawab lapangan. Seluruh formulir juga nantinya akan dilampirkan pada laporan kerja magang.
- 13) Mengisi formulir KM-02 dan surat keterangan magang dari perusahaan di my.umn.ac.id yaitu di bagian masukkan formulir KM-01/Perusahaan Final.