Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era masa kini, masyarakat seluruh dunia membutuhkan informasi untuk mempermudah aktivitas sehari-hari mereka, dan berusaha untuk mengakses informasi secepat mungkin. *Internet* adalah salah satu teknologi yang sangat maju untuk era masa kini, karena datang nya *internet* diikuti oleh munculnya media sosial. Dengan hadirnya media sosial, kegiatan berinteraksi dengan orang lain pun dapat berjalan dengan lancar karena dapat melakukan komunikasi dengan waktu yang lama atau tidak terbatas dan juga masyarakat dapat menjalin sosialisasi tanpa batas (Kaplan, Andreas & Haenlein, 2010). Dengan adanya media sosial, maka informasi yang di dapat oleh masyarakat sangatlah cepat, karena informasi tersebut dapat menyebar secara luas dan sangat cepat. Hasugian (2009) mengatakan bahwa informasi adalah suatu berita dalam jumlah muatan yang besar, memiliki banyak hal di dalam ruang lingkupnya yang masing-masing dari informasi tersebut dapat di analisa bahwa informasi adalah kumpulan data yang telah di cari tahu lebih dalam, lalu diproses dan diolah sehingga informasi tersebut mempunyai makna bagi penggunanya.

Perkembangan teknologi membawa suatu perubahan yang besar untuk masyarakat yang membawa pengaruh yang berdampak besar untuk masyrakat. Teknologi yang sudah menjadi kebutuhan masyarakat masa kini adalah media sosial. Lahirnya media sosial membuat masyarakat mengalami perubahan budaya, etika atau sikap dan norma yang ada. Media sosial sekarang digunakan oleh hampir seluruh masyarakat Indonesia pada berbagai jenis kalangan dan usia hampir menggunakan media sosial**.** Media sosial kini menjadi sarana untuk *digital marketing,* seperti contohnya yaitu *social media maintenance, social media endorsement, dan social media activation*. Maka media sosial sekarang ini menjadi salah satu bentuk layanan yang ditawarkan oleh *digital agency.*

(Sumber : *Digital Growth Indicators Hootsuit*, diakses pada 28 November 2021)

Gambar 1.1 Penggunaan media social di Indonesia

Dari data diatas total pengguna aktif *social media* di Indonesia adalah 170 juta orang. Dengan total jumlah pengguna aktif *social media*, perusahaan dapat memanfaatkan *social media* dengan membuat bisnis dan menjadikan *sosial media* sebagai media pemasaran produk dan juga jasa. Penggunaan *social media* yang dimanfaatkan sebagai media pemasaran produk dan jasa disebut sebagai sosial media *marketing*. Berikut ini adalah manfaat *social media marketing* menurut Falls & Deckers (2012, p.19), yaitu:

A. Membantu meningkatkan usaha hubungan antar masyarakat (*public relations*)
B. Membantu melindungi reputasi *brand* atau merek
C. Meningkatkan *branding* dan *awareness* pada masyarakat
D. Membantu meningkatkan *service* bagi pelanggan (*customer service*)
E. Memfasilitasi sebuah riset dan pengembangan dari sebuah produk (*research and development*)
F. Mendorong penjualan (*sales*)
G. Membantu citra merek sebuah brand dalam membangun sebuah komunitas

Media sosial adalah sebuah media *online*, yang pengguna nya bisa dengan mudah berbagi dan juga ikut berpartisipasi dan menciptakan isi *blog* secara individual maupun berkelompok, jejaring sosial. Dampak yang positif dari media sosial adalah membuat para penggunanya dapat melakukan interaksi dengan banyak orang (Anang Sugeng, 2016).

Fungsi lain dari *content writer* yaitu untuk membantu penyebaran informasi yang akan diterima oleh masyarakat maupun pemangku kepentingan melalui media digital ataupun media sosial. Bahwa *content writer* juga dapat menjadi bagian personil yang mengelola situs dan jejaring sosial di media sosial dengan menekankan peran pada pembuatan konten atau *feeds* yang ditampilkan (Windyaningrum, 2019). Hubungan antara *content writer* dengan media sosial saat ini bahwa seorang *content writer* telah memasuki era digital menjadi komoditas utama dalam membuat konten publikasi digital di sosial media, banyak generasi muda yang mendalami keterampilan penulisan konten serta pembuatan ide publikasi digital untuk menarik antusias warga digital dalam era revolusi industri 4.0 menuju revolusi industri 5.0 (Windyaningrum, 2019).

Content writer adalah sebuah pekerjaan yang diminati oleh kalangan anak muda dalam memilih profesinya pada era digital ini. *Content writer* adalah bagian dari profesi *marketing* atau pemasaran periklanan yang bersifat digital. *Content writer* dalam dunia komunikasi sangat dibutuhkan karena kebutuhan pemasaran dan juga bisnis, *content writer* dapat membantu untuk kegiatan penulisan media *platform* digital yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Fokus *content writer* yaitu tentunya penulisan media pada media digital, seperti *website*, *blog*, portal berita, *market place*, *platform* digital lainnya. (Windyaningrum, 2019). Menurut (Kasus et.al, 2016) pekerjaan yang dijalani oleh *content writer* membutuhkan waktu yang cukup lama. Contohnya adalah *website*, *blog*, serta *caption* pada Instagram, dan bentuk *media online* lainnya. *Content writer* merasa terbantu dengan adanya media sosial, karena dapat membantu untuk menyebarluaskan konten yang sudah dibuat oleh *content writer*. Media sosial dapat dengan sekejap saja membantu untuk menaikan sebuah konten dan menjadi *trending topic*. *Content writer* harus memiliki pikiran yang kreatif dan senang untuk mencari tahu konten apa saja yang lagi

trending, sehingga konten yang sudah dibuat dapat bertahan di posisi teratas yang cukup lama.

PT. Elex Media Komputindo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan. Penerbitan berawal dari kata "*publish*" yang awalnya dicatat pada tahun 1570 dengan pengertian "*the issuing of a written or printed work*" atau informasi yang ditulis atau pekerjaan yang dicetak. Penerbitan atau *publish* diartikan sebagai alur produksi dan penyebaran informasi, yakni seperti buku, koran, majalah dan rekaman suara pada bentuk cetak sampai elektronik. Fokus pada *publishing* adalah mewujudkan konten untuk konsumen (Siti Fatmawati, 2019). Bidang publishing merupakan salah satu subsektor dalam ekonomi kreatif. Namun menurut data dari Kementerian EKRAF bahwa pada tahun 2017 sub sektor *publishing* memberikan distribusi PDB sebesar 6,1%. Angka ini masih kalah jauh dibandingkan dengan subsektor ekonomi kreatif lainnya, hal ini mungkin disebabkan karena rendahnya angka literasi pembaca buku di Indonesia yang hanya. Menurut data dari badan pusat statistik (2019) persentase penduduk berumur 15 tahun keatas yang buta huruf hanya berada di angka 4,1%. Angka ini dikategorikan kecil dan seharusnya penduduk Indonesia memiliki minat membaca yang besar. Untuk meningkatkan minat membaca, salah satu langkah yang dapat diterapkan adalah memberikan akses yang mudah terhadap buku-buku dan memberikan informasi seputar buku yang bermanfaat dan berkualitas melalui cara yang menyenangkan. Langkah ini dapat diwujudkan dengan keberadaan seorang *content writer* dalam sebuah perusahaan *publishing*.

Peranan *content writer* di PT. Elex Media Komputindo termasuk dalam bagian divisi *social media specialist*, dimana peran *content writer* harus mencari konten, membuat konsep kreatif, dan membuat kata-kata untuk *awareness* yang kemudian hasil akhirnya disebarkan di *social media* PT. Elex Komputindo.

Divisi *social media specialist* di PT. Elex Media Komputindo memiliki peran penting untuk memperkuat *brand awareness* dan marketing melalui *platform* media sosial Instagram, facebook, twitter,dan tiktok. Dari 4 media sosial yang dimiliki oleh PT. Elex Media Komputindo, mereka lebih mengutamakan Instagram

untuk menjadi sarana digital marketing dan media untuk memberikan informasinya, karena segmentasi terbesar PT. Elex Media Komputindo adalah pembaca komik.

Selama proses pelaksanaan magang sebagai *content writer*, penulis diberikan kesempatan untuk ikut serta dalam proses pembuatan konten-konten menarik untuk media sosial, mencari ide-ide kreatif, hingga menulis *caption* pada salah satu *platform* media sosial Elex Media yaitu Instagram. Bidang pekerjaan yang penulis jalani selama proses kerja magang ini berkaitan dengan mata kuliah *Creative Writing & Story Telling* dan *Media Production & Channel Management.*

Penulis memilih beberapa perusahaan sebagai tempat untuk kerja magang sejak semester 7 saat libur antar semester. Penulis diberi kesempatan untuk melakukan kerja magang di salah satu perusahaan Kompas Gramedia, tepatnya Penulis bekerja di PT. Elex Media Komputindo. Penulis memilih untuk melakukan magang disini dengan harapan mendapat pembelajaran dari banyak hal serta menyalurkan ide-ide kreatif akan pembuatan konten pada *platform* media sosial yang tersedia di Elex Komputindo.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Dalam melakukan kerja magang di PT. Elex Media Komputindo. Penulis magang memiliki tujuan untuk:

1. Mengembangkan *hardskill* dalam bidang *marketing communication* melalui praktik pembuatan desain, penulisan *caption* dan pengoperasian aplikasi desain maupun *social media*.
2. Mengembangkan *softskill* dengan mengasah kreativitas, kemampuan berpikir kritis, menemukan ide, dan manajemen waktu yang diperoleh selama proses magang.
3. Memperoleh kesempatan untuk mempelajari dan mempraktikan *marketing communication* secara konkret melalui produksi konten pada *platform* media sosial untuk kepentingan perusahaan *publishing*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Tabel 1.1 Penggunaan media sosial di Indonesia

Hari Kerja Magang	Waktu Kerja Magang
Senin - Jumat	08.00 – 16.30

Sumber : Olahan Laporan Magang 2021

Pelaksanaan kerja magang di PT. Elex Media Komputindo, berlangsung pada tanggal 22 September 2021 sampai dengan tanggal 17 Desember 2021. Kebijakan kampus Universitas Multimedia Nusantara, kerja magang penulis terhitung dari 22 September 2021 sampai dengan 17 Desember 2021. Jadwal masuk kerja magang penulis di PT. Elex Media Komputindo dilakukan hari Senin sampai dengan Jumat jam 07.30 s.d 16.30 perhari dengan pelaksanaan kerja magang yang dilakukan secara *work from home* (WFH).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

1. Mengikuti *briefing* magang yang diselenggarakan oleh prodi *Strategic Communication* UMN pada 13 April 2021.
2. Mencari perusahaan yang telah disesuaikan oleh ketentuan prodi *Strategic Communication* UMN.
3. Melakukan pengisian KRS dan mengambil mata kuliah *"Internship*" pada 3 Agustus 2021.
4. Mengirimkan *curriculum vitae* (CV) dan portofolio ke beberapa perusahaan yang memenuhi standar perusahaan.
5. Pada 17 September 2021 *interview* dilakukan oleh PT. Elex Media Komputindo secara daring melalui *zoom meeting* dan mendapat keputusan untuk dapat mulai melakukan program kerja magang di PT. Elex Media Komputindo

6. Pada tanggal 22 September 2021 memulai aktivitas magang di PT. Elex Media Komputindo.
7. Menyerahkan KM-02 kepada PT. Elex Media Komputindo pada tanggal 23 September 2021.
8. Melaksanakan kerja magang di PT. Elex Media Komputindo sebagai *internship content writer* divisi social media specialist.
9. Menyelesaikan program kerja magang di PT. Elex Media Komputindo.
10. Menyusun laporan magang yang di pandu oleh dosen pembimbing, mengisi formulir pendaftaran siding magang, dan bertanggung jawab atas laporan pada siding magang.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA