BAB 1

PENDAHULUAN

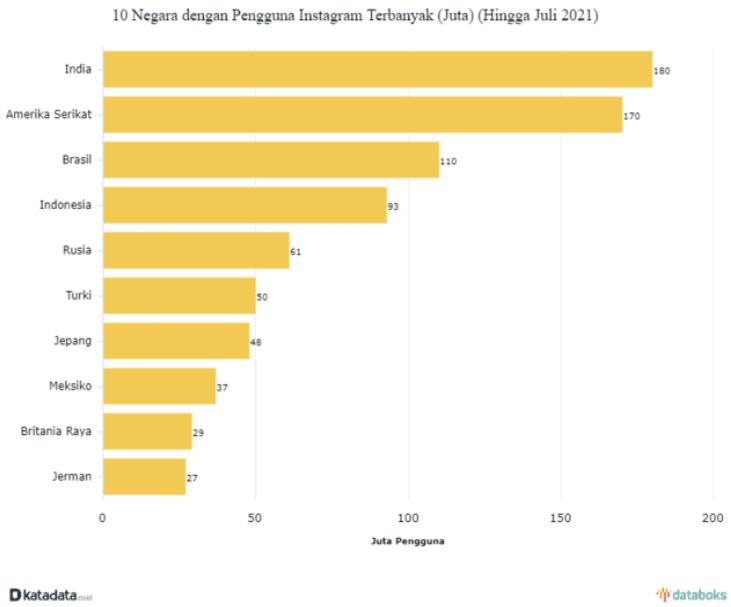
1.1 Latar Belakang

Digitalisasi telah memberikan peluang bagi pebisnis maupun instansi untuk mengembangkan cara-cara baru untuk berkomunikasi dengan publik, karena jangkauan media digital lebih besar serta berkembang dengan pesat. Internet sendiri termasuk dalam media digital. Internet berdampak pada pemasaran dalam dua cara, distribusi dan komunikasi (Fill, 2009).

Media sosial merupakan bagian dari internet, salah satu *platform* yang paling banyak digunakan karena penyampaian pesan bervariasi, bisa dalam berbentuk teks, suara, gambar, video, dll. Van Dijk dalam Nasrullah (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform media yang fokus pada keberadaan pengguna dengan memberikan fasilitas kepada mereka dalam beraktivitas. *Platform* media sosial saat ini sudah bervariasi, masyarakat menyesuaikan kebutuhannya dengan menggunakan media sosial yang dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan. Contoh media sosial, seperti: Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok, dll.

Menurut data dalam KataData, Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling populer di dunia dengan jumlah pengguna aktif di seluruh dunia sebanyak 1,07 miliar. Di Indonesia sendiri, pengguna aktif instagram mencapai 91,77 juta pengguna hingga Juli 2021 dan mayoritas usia 18-24 tahun dengan persentase sebesar 36,4%. Dan menempati posisi ke-4 setelah Brazil dengan pengguna sebanyak 110 juta. Posisi pertama ditempati oleh India dengan pengguna sebanyak 180 juta, lalu disusul oleh Amerika Serikat dengan jumlah pengguna sebanyak 170 juta. Lalu posisi terakhir dalam sepuluh besar negara dengan pengguna instagram terbanyak ditempati oleh Jerman dengan jumlah pengguna sebanyak 27 juta (KataData, 2021).

Gambar 1.1



Sumber: KataData, 2021

Instagram memiliki banyak fitur sehingga menjadi favorit banyak orang, seperti: mengunggah foto, video, fitur baru bernama *reels*, mengirim pesan atau *direct message*, membuat instagram TV *(IGTV*), membuat *insta stories*, dan masih banyak lagi. Banyak perusahaan atau bisnis yang menggunakan instagram sebagai salah satu strategi pemasaran karena di instagram dapat menjangkau semua target pasar dengan segmentasi yang berbeda-beda. Dan melakukan pemasaran di instagram tidak memakan biaya yang cukup besar. Maka dari itu, instagram merupakan media sosial ke-3 setelah youtube dan whatsapp yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan persentase sebesar 86,6%.

Media sosial dimanfaatkan oleh pemerintah sebagai sarana bagi hubungan masyarakat dalam menjalankan komunikasi publik (Yang, 2015). Dalam studi lain juga disebutkan bahwa media sosial digunakan untuk menjalankan komunikasi strategis. Perkembangan profil atau pembaruan dari media sosial dapat dianalisis oleh pengelola media sosial lembaga pemerintahan dengan beragam pemangku kepetgingan.

Terdapat beberapa catatan yang bisa dijadikan acuan oleh humas pemerintah dalam menggunakan media sosial (Kurniasih, 2013), yaitu: pertama, media sosial untuk menjaga dan meningkatkan reputasi serta mengambil opini publik. Kedua, sebagai saran untuk mendekatkan diri dengan public karena media sosial merupakan media interaktif. Ketiga, jejak digital akan selalu ada, maka dari itu humas harus dapat menyaring informasi yang patut disampaikan. Dan terakhir, dapat menjangkau publik secara luas sehingga perlu mengerti bagaimana menyebarkan informasi dan cara berkomunikasi antar budaya ((Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2018)

Pemanfaatan media sosial juga menjadi salah satu solusi terhadap permasalahan yang terjadi di masyarakat, berikut beberapa manfaat media sosial bagi pemerintah: mendorong kemampuan pemerintahan dan penggunaan sumber daya yang tidak banyak, membentuk kepercayaan di lingkungan masyarakat, dapat beradaptasi dengan perkembangan jaman, dan menjadi sarana untuk berinteraksi saat terjadi krisis atau bencana alam ((Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2018)

Keuntungan penggunaan media sosial tentunya dimanfaatkan oleh lembaga pemerintah dalam menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan masyarakat. Seperti akun @statistikjakarta di Instagram dengan jumlah pengikut sebanyak 807, merupakan bagian dari Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik Provinsi DKI Jakarta yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyampaian informasi mengenai kegiatan dan informasi lain terkait Jakarta. Lembaga pemerintah lain yang menggunakan media sosial Instagram yaitu Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI Jakarta dengan jumlah pengikut sekitar 34.400. Disparekraf memanfaatkan Instagram untuk menyampaikan informasi mengenai tempat-tempat wisata, pameran, dan acara-acara yang diselenggarakan di Jakarta.

Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (KOMINFOTIK) Jakarta Barat memanfaatkan keuntungan Instagram dalam menyampaikan informasi mengenai berita, informasi seputar kesehatan, dan program-program yang pemerintah adakan. Sesuai dengan namanya, KOMINFOTIK bertanggung

jawab untuk menyampaikan informasi kepada warga Jakarta khususnya Jakarta Barat mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pemerintahan. Namun, kurangnya perhatian masyarakat akan informasi yang disampaikan, karena lebih dominan berita dibanding informasi yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Magang

Maksud dan tujuan dilaksanakannya kerja magang adalah salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa strata satu Universitas Multimedia Nusantara.

Dari pelaksanaan kerja magang ini memiliki maksud sebagai berikut :

1. Memberikan pengalaman kerja bagi mahasiswa
2. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperdalam ilmu komunikasi pemasaran
3. Mengetahui implementasi aktivitas *copywriting* di dunia kerja
4. Memperdalam *soft skill* dan *hard skill*, juga melatih sikap profesionalitas mahasiswa

Tujuan dan manfaat yang diperoleh setelah menjalani kerja magang adalah:

1. Mengetahui aktivitas media sosial instagram di Suku Dinas KOMINFOTIK Jakarta Barat

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan penjelasan waktu dan prosedur pada saat magang yang dijalani, terdapat pada sub-bab berikut:

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Suku Dinas Komunikasi, Informatika, dan Statistik (KOMINFOTIK) Jakarta Barat berada di Jalan Raya Kembangan No. 2 Blok A Lantai 9, Kembangan, Jakarta Barat. Pelaksanaan kerja berlangsung selama 60 hari kerja yaitu dari tanggal 2 September 2021 sampai dengan tanggal 25 November 2021. Waktu kerja magang dilakukan setiap hari Senin sd Jumat dengan sistem *hybrid* atau *WFO/WFH*, dilakukan dengan bergantian hari, seperti: Hari Senin *WFO*, Hari Selasa *WFH* dan begitu seterusnya. Hari *full time* di kantor pada pukul 08.00-15.00 WIB. Namun, sejak adanya penurunan level PPKM di Jakarta, sistem kerja berubah menjadi *WFO* dari Senin-Jumat dan *full time* dari pukul 08.00-16.00.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur untuk melakukan kerja magang yang ditetapkan oleh program studi adalah sebagai berikut:

a. Mengisi formulir KM-01 sebagai surat pengantar
b. Menyerahkan kepada Bapak Izzudin selaku Kepala Divisi Komunikasi Informasi Publik Sudin KOMINFOTIK Jakarta Barat untuk diserahkan kepada Bapak Christian Anthony selaku Kepala Suku Dinas KOMINFOTIK Jakarta Barat.
c. Melakukan wawancara tahap 1 dengan Pak Izzudin dan Pak Christian
d. Melakukan wawancara tahap 2 dengan Pak Izzudin, selaku Kepala Divisi Komunikasi Informasi Publik
e. Mendapatkan surat penerimaan kerja magang dan bertemu dengan pembimbing lapangan Ka Laksmi selaku Staff Divisi Komunikasi Informasi Publik serta penjelasan deskripsi pekerjaan
f. Melakukan praktik kerja magang

1.3.3 Prosedur Pelaksanaan Saat Kerja Magang

Prosedur saat melakukan kerja magang yang ditetapkan oleh program studi adalah sebagai berikut:

a. Mengisi formulir KM 03 sebagai kartu kerja magang.
b. Mengisi formulir KM 04 sebagai absensi kehadiran selama kerja magang.
c. Mengisi formulir KM 05 sebagai laporan realisasi kerja magang.
d. Melakukan konsultasi kepada dosen pembimbing.

1.3.4 Prosedur Pelaksanaan Setelah Kerja Magang

Prosedur setelah melakukan kerja magang yang ditetapkan oleh program studi adalah sebagai berikut:

a. Mengisi formulir KM 06 sebagai penilaian dari Kepala Lapangan.
b. Membuat Hasil Laporan Magang.
c. Mengisi formulir KM 07 sebagai lembar verifikasi laporan magang.
d. Mengisi absensi bimbingan magang.
e. Melaksanakan sidang magang.