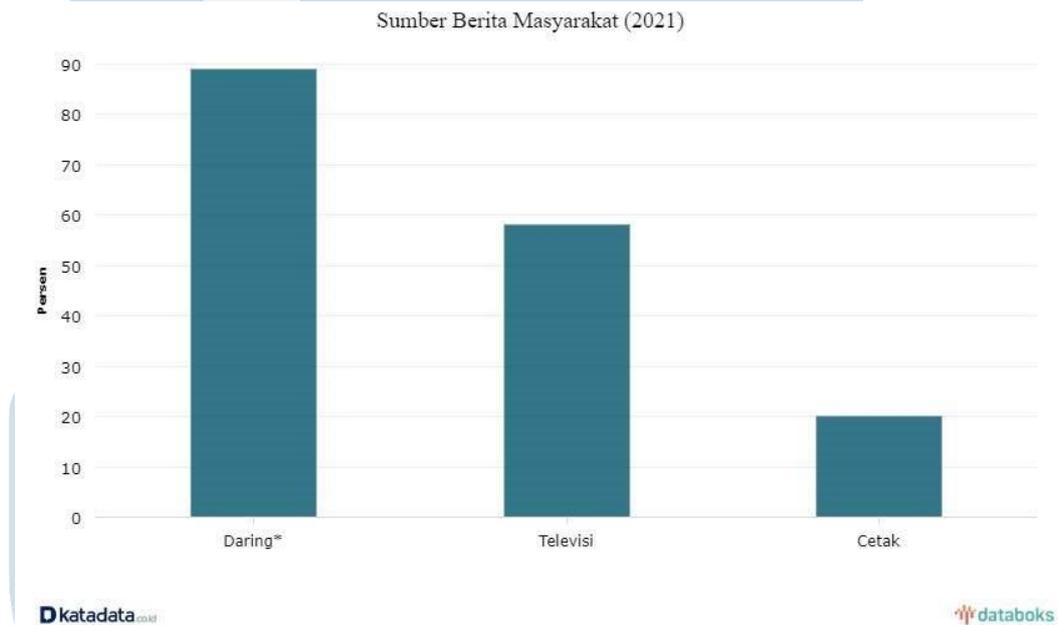


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman ini, banyak orang yang membutuhkan berita terkini secara instan untuk mencari tahu hal apa saja yang sedang terjadi pada dunia, sehingga tidak jarang orang mengandalkan media *online*. Media *online* merupakan produk jurnalistik *online* yang diartikan sebagai pelaporan fakta atau kejadian yang diproduksi dan didistribusikan melalui internet (Romli A. S., 2018). Semua jenis saluran komunikasi yang terdapat di internet merupakan media *online*, sedangkan arti dari media *online* secara khusus yakni segala hal yang berhubungan dengan komunikasi massa.



(sumber Berita Masyarakat,2021)

Gambar 1.1 Masyarakat Indonesia Paling Banyak Akses Berita dari Media Daring

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Menurut laporan dari Reuters Institute 2021 menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia sebanyak 89% responden memanfaatkan media daring untuk mencari berita terkini, lalu adapun 58% responden yang memanfaatkan televisi untuk mencari berita dan pada posisi terakhir yang menggunakan media cetak untuk hanya sebanyak 20% responden. Hal tersebut membuktikan bahwa rata-rata masyarakat Indonesia sudah beralih pada media *online* untuk menjadikan rujukan berita. Salah satu media *online* yang ada di Indonesia adalah Jejak Digital. Jejak Digital merupakan platform media berita digital yang memberikan informasi terkini dan lebih ditujukan kepada anak muda.

Dalam penggunaan media *online*, tentunya tidak jarang juga orang mengakses media sosial karena melalui media sosial dapat mengetahui mengenai media *online* yang ada. Media sosial pada saat ini sudah sangat berkembang dan menjadi salah satu sumber untuk menyebarkan berbagai informasi. Media sosial merupakan media yang dapat membuat sesama dapat saling berinteraksi melalui berbagai konten berita, foto, video, dan lainnya (Varinder Taprial, 2012). Melalui media sosial, banyak fungsi dan manfaat yang bisa didapatkan sehingga membuat manusia menjadi lebih bergantung pada media sosial.

Menurut data dari We Are Social pada tahun 2021 menunjukkan bahwa pada Januari 2021 total populasi di Indonesia ada sebanyak 274,9 juta dan 170 juta dari total populasi tersebut adalah pengguna aktif media sosial. Hal tersebut membuktikan bahwa rata-rata orang di Indonesia menggunakan media sosial, sehingga tidak sedikit yang memanfaatkan media sosial sebagai peluang untuk berbisnis karena mengetahui media sosial memiliki efek yang besar akibat penggunaanya yang banyak. Melalui media sosial ini juga media *online* dapat lebih mengembangkan beritanya karena memiliki keterhubungan antara satu dengan lainnya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Dalam media *online*, tentunya membutuhkan pembuat konten agar dapat lebih menarik dan hal yang ingin dituju dapat tersampaikan dengan jelas kepada konsumen, maka dari itu banyak perusahaan yang membutuhkan peran dari *copywriter*. *Copywriter* merupakan orang yang menyusun ide untuk iklan serta menulis *subhead*, *headline*, *body copy*, dan bertanggung jawab pada pesan yang disampaikan pada *audiens* (Michael Guolla, 2017). Tujuan yang paling penting dari seorang *copywriter* yaitu membuat pesan yang mudah di mengerti dan jelas untuk ditujukan kepada *target audiens*, agar mereka dapat tertarik pada produk yang ditawarkan (Shaw, 2012). Pada zaman digital ini, peran *copywriter* sangat dibutuhkan, tentunya dalam melakukan promosi dalam bentuk tulisan yang dapat dibuat dalam bentuk naskah video atau bentuk lainnya. Termasuk perusahaan PT Jejak Digital Asia yang membutuhkan seorang *copywriter* untuk lebih mengembangkan kontennya agar dapat lebih menarik lagi.

Pembuatan konten dalam perusahaan Jejak Digital ini sangat membutuhkan kerja sama serta ide yang menarik agar dapat menarik perhatian *followers* yang ada di Instagram untuk melihatnya. Penulis tertarik untuk melakukan kerja magang pada perusahaan ini karena Jejak Digital merupakan media online anak muda sehingga dapat menyesuaikan diri dengan cepat dan konten yang dibuat sesuai dengan pemikiran penulis. Kegiatan kerja magang pada divisi *copywriter* ini tentunya sangat memberikan banyak pengetahuan kepada penulis, penulis lebih mengenal hal-hal baru pada dunia kerja, pengalaman yang menarik, serta lebih mendalami mengenai dunia komunikasi pada divisi *copywriter*.

U M W N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari kerja magang ini merupakan salah satu syarat untuk dapat memenuhi nilai dari mata kuliah *Internship*. Selain itu, tentunya penulis memiliki tujuan yang lain, yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui aktivitas *copywriter* dalam perusahaan PT Jejak Digital Asia.
2. Memperdalam pembelajaran mengenai konsep *content planning*.
3. Untuk mengimpelemntasikan mengenai *copywriter* yang telah dipelajari selama perkuliahan untuk diterapkan pada dunia kerja.
4. Mengetahui cara bekerja sama dan cara berkoordinasi di dalam tim pada dunia kerja.
5. Menambah relasi pertemanan pada dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan selama 67 hari terhitung dari tanggal 5 Agustus 2021 hingga 5 November 2021. Kegiatan magang ini dilakukan secara *online* atau *work from home*. Berikut tempat dan pelaksanaan waktu kerja magang.

Perusahaan : PT Jejak Digital Asia

Pekerjaan : *Copywriter*

Waktu Kerja : 09.00 – 17.00

Hari Kerja : Senin - Jumat

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

1. Mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) serta Portofolio ke kontak e-mail perusahaan PT Jejak Digital Asia pada tanggal 14 Juli 2021
2. Perusahaan memberikan balasan melalui e-mail bahwa penulis sudah terseleksi di tahap 1 dan tahap selanjutnya harus mengikuti *interview* dan melakukan konfirmasi *schedule interview* melalui nomor whatsapp yang telah diberikan.
3. Penulis diundang untuk melakukan *interview* pada tanggal 21 Juli 2021 pukul 17.40 *via google meet*.
4. Pada tanggal 24 Juli 2021, penulis dinyatakan diterima pada program *internship* di PT Jejak Digital Asia dan akan mengadakan *first meeting* pada tanggal 2 Agustus 2021.
5. Pada tanggal 5 Agustus 2021 penulis resmi memulai magang di PT Jejak Digital Asia.
6. Pada 5 Agustus 2021, penulis mengajukan KM-01 ke Universitas Multimedia Nusantara dengan mengisi *google form*.
7. KM-02 diterbitkan pada tanggal 9 Agustus 2021.
8. KM-03 sampai KM-07 penulis telah mengunduhnya melalui my.umn.ac.id agar dapat mengisi dokumen yang diperlukan untuk keperluan magang
9. Melakukan kegiatan magang sampai dengan selesai dan membuat laporan magang.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A