

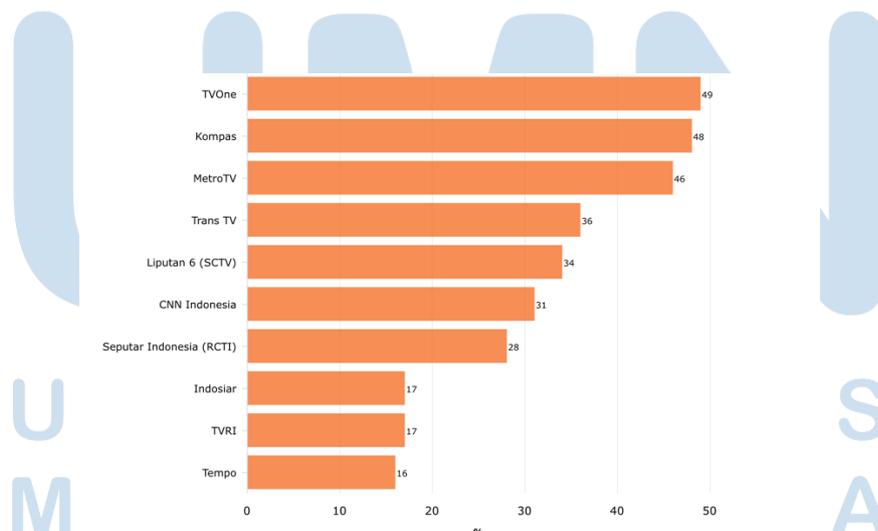
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di zaman saat ini kecanggihan teknologi dalam persaingan media untuk mendapatkan *viewwers* sangat berpengaruh apalagi dalam media pertelevisian, yang dimana terbagi atas siaran lokal dan swasta, untuk media lokal sendiri TVOne berada di urutan pertama dengan jumlah responden 49%, disusul dengan Kompas di urutan kedua dengan jumlah responden 48%, dan di urutan ketiga MetroTV dengan jumlah responden 46%, di urutan terakhir media Tempo dengan jumlah responden 16%, setelah TVRI dengan jumlah responden 17%, dimana selisi 1% dalam menduduki posisi terakhir (databoks.katadata.co.id, 2022).

Sehingga dalam penyayangan siaran program acara TVRI masih banyak masyarakat yang belum mengetahui secara jelas dan masih jauh tertinggal dari jumlah responden TVOne yang menduduki urutan pertama, dalam konsumsi media berita yang ditampilkan.



Sumber Reuters Institute (2022)

**Gambar 1.2** Media Tradisional Paling Banyak dikonsumsi Warga Indonesia

Dari data yang disampaikan dapat disimpulkan keinginan masyarakat menikmati program acara televisi menurun, pada awalnya terhitung 57% menjadi 17% dari tahun sebelumnya (databoks.katadata.co.id, 2022). Sehingga hal ini penggunaan *platform* Instagram sebagai alat promosi, mampu meningkatkan keinginan konsumen dalam konten yang ditampilkan. Menurut Claire Diaz Ortiz (2019, hal.145) media mampu memberikan informasi yang *update* dan menarik untuk dilihat, salah satunya lewat penulisan yang disampaikan dengan baik yang disebut dengan *copywriting*.

Seorang *copywriter* bertugas menyusun sebuah kalimat mampu mempromosikan barang ataupun jasa. Menurut Bowdery (2008, hal.30) seorang *copywriter* mampu mengetahui secara mendalam keinginan dan mendapatkan penghayatan yang diinginkan oleh konsumen dari produk atau jasa yang dipromosikan dengan baik.

Seiring perkembangan teknologi saat ini, mampu merubah pandangan masyarakat, salah satu penggunaan *platform* media Instagram, mampu memberikan informasi dari tampilan fitur yang menarik. Menurut McLuhan & Fiore (2001) di mana penggunaan media sendiripun diartikan sebagai alat komunikasi yang sederhana yang disebut dengan "*medium is the message*".

Menurut Kencana (2020: 4) bahwasanya penggunaan internet mampu memberikan gerakan sosial dalam membangun kesadaran melalui advokasi sehingga menjadikan media sebagai sumber berita dengan informasi yang mampu dikontrol dalam penyampaiannya. Di tahun 2022 saat ini penggunaan internet dan media sosial lainnya semakin meningkat terhitung 204.7 Juta dari jumlah populasi masyarakat Indonesia sekitar 277.7 Juta, untuk *platform* Instagram sendiri sebesar 84.8% penggunaannya diurutan kedua setelah *platform* Whatshapp (Andi.link, 2022). Dalam jumlah yang dilampirkan, masyarakat Indonesia dalam penggunaan internet meningkat dari tahun sebelumnya.

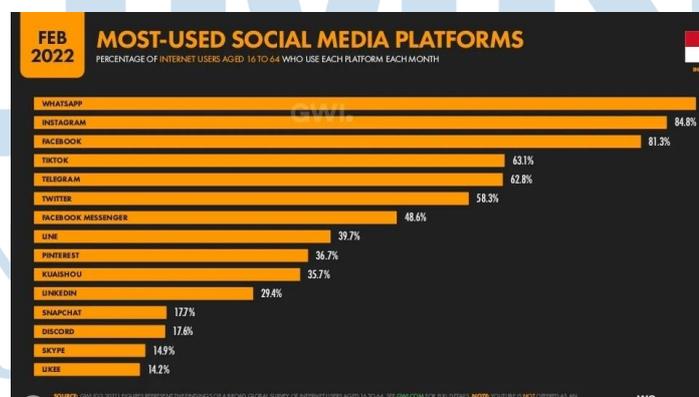


Sumber Andi.Link (2022)

**Gambar 1.2** Penggunaan Internet dan Media Sosial di Indonesia

Terhitung dari sekian populasi masyarakat Indonesia dalam mengakses aplikasi Instagram, masih memiliki minat yang banyak dalam memilih aplikasi Instagram walaupun menduduki urutan kedua, Instagram sendiri sudah tidak diragukan lagi dalam promosi untuk berbagi *feed* ataupun tampilan yang menarik.

Dari tampilan tulisan yang mampu memberi momen yang menarik ataupun informasi yang dibutuhkan. Menurut Meike dan Young (2012) media merupakan komunikasi yang dilakukan secara personal dan mampu berbagi antara satu dan lainnya dalam hal ini disebut dengan (*to be shared one to one*) dengan harapan penyebaran informasi dapat dilakukan oleh siapapun dan mampu diakses oleh individu manapun.



Sumber Andi.Link (2022)

**Gambar 1.3** Platform Media Sosial yang Banyak Digunakan di Indonesia

Penggunaan *platform* Instagram dalam penyebaran informasi yang dilakukan, memberikan akses yang mudah dijangkau sehingga bagaimana seorang *copywriter* di TVRI Stasiun Sulawesi Tengah mampu menarik minat audiens. Dari data yang dipaparkan penggunaan Instagram ditahun ini sebanyak 84,8% dari jumlah populasi yang ada, dan ditahun sebelumnya sebanyak 86,6% yang mengidentifikasi adanya penurunan dalam penggunaan Instagram (Andi.link 2022). Tetapi masih memiliki popularitas pemakaian *platform* terbanyak di Indonesia

## **1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang**

Dalam melaksanakan dan menjalani praktik kerja magang, saya sebagai pemegang memiliki beberapa tujuan di antaranya:

- 1) Mampu belajar dari pengalaman sebagai *copywriter*, dengan ide yang terus-menerus harus *update* dan meningkatkan minat keinginan dari masyarakat dari informasi yang disampaikan konten media TVRI Stasiun Sulawesi Tengah.
- 2) Meningkatkan keterampilan berkomunikasi dalam berpikir kreatif dan kritis, sehingga mampu memecahkan masalah dalam kelompok
- 3) Meningkatkan keinginan konsumen dari konten yang dibuat untuk menyaksikan berbagai program acara menarik TVRI Stasiun Sulawesi Tengah

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Praktik kerja magang yang pemegang lakukan di TVRI Stasiun Sulawesi Tengah kurang lebih 100 hari kerja yang terhitung dari 02 Februari 2022 sampai dengan 04 Juni 2022 untuk Sabtu dan Minggu tidak begitu diwajibkan. Durasi kerja pemegang dimulai dari pukul 08.00 WITA hingga 16.00 WITA dihari Senin dan Jumat.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Berikut beberapa proses sebelum melaksanakan praktik kerja magang di TVRI Stasiun Sulawesi Tengah ialah:

1) **Pembekalan Magang**

Kegiatan yang melibatkan mahasiswa/I Universitas Multimedia Nusantara, khususnya Fakultas Ilmu Komunikasi dalam memaparkan prosedur magang yang akan dilakukan oleh mahasiswa/I.

Dilaksanakan pada tanggal 30 Maret 2022 secara daring. Memberi informasi mengenai aturan yang harus ditaati pada saat melaksanakan magang dan tahap-tahap apa saja yang harus dilakukan.

2) **Pencarian dan Pemilihan Tempat Magang**

Mencari informasi di berbagai *platform* media sosial seperti Instagram, *linkedln*, dan lainnya. Pencarian dilakukan selama kurang lebih 2 bulan memperhatikan *jobdescription* yang berhubungan dengan *Communication Strategis*.

Tidak lupa menyebarkan *CV* secara langsung di perusahaan yang bertempat di Sulawesi tengah kota palu salah satunya TVRI Stasiun Sulawesi Tengah dan menunggu balasan panggilan dari *CV* yang diberikan.

3) **Administrasi Kartu Magang**

Menunggu keputusan pihak kampus dalam persetujuan tempat magang yang dituju, mengirimkan surat pengantar kerja magang KM-01 ke kantor TVRI Stasiun Sulawesi Tengah yang disetujui oleh kampus 20 Januari 2022.

Menerima panggilan penerimaan kerja pada tanggal 26 Januari dan menyerahkan surat pengantar KM 02 kepada bu kiky sebagai Administrasi SDM mengajukan untuk mulai masuk kerja di tanggal 02 Februari 2022 selanjutnya mengimput ke *myumn.ac.id* dan *mendownload* KM 03 – KM 07 dan melaksanakan kerja magang sampai periode yang ditentukan.

#### 4) **Proses Pengajuan**

Menyerahkan *Commanditaire Vennootschap (CV)* beserta resume data diri dalam memperjelas tujuan magang yang akan dilakukan yang diserahkan pada bu Kiky selaku administrasi SDM.

#### 5) **Proses Wawancara**

Pada tanggal 25 Januari 2022 administrasi SDM TVRI Stasiun Sulawesi Tengah, menghubungi melalui *Whatsapp* dan menanyakan rencana kerja magang, meminta kepastian dalam pelaksanaan kerja magang dan disepakati diawal bulan february tepatnya tanggal 02 february 2022.

#### 6) **Proses Penerimaan**

Pada tanggal 02 Februari 2022, telah disetujui dalam pelaksanaan kerja magang di TVRI Stasiun Sulawesi Tengah dilakukan selama 100 hari sebagai *copywriting* pada penempatan konten media baru di TVRI Stasiun Sulawesi Tengah dan berakhir pada tanggal 4 Juni 2022.

Menuntaskan laporan praktik kerja magang di TVRI Stasiun Sulawesi Tengah, dan hal ini diutamakan sebagai kebutuhan resmi mahasiswa/I Universitas Multimedia Nusantara melalui bimbingan yang dilakukan oleh dosen pembimbing magang yakni bapak Ariel Barlian Obadyah, S.Sos.M.I.Kom.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA