

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan komunikasi yang secara pesat memicu adanya era digital, dimana sebuah informasi sangat cepat dan mudah untuk diperoleh dan disebarluaskan menggunakan (media) teknologi digital. Tidak dipungkiri, bahwa teknologi memegang peranan penting dalam proses dan praktik komunikasi di masyarakat, serta memaksa manusia untuk merespon secara tepat dengan apa yang terjadi di sekitarnya. Perkembangan teknologi yang membawa kita pada istilah *new media*, yaitu dengan menawarkan digitalisasi, konvergensi, interaktif dan networking terkait pembuatan pesan dan penyampaiannya (Watie, 2012). *New media* muncul karena adanya inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, *satellites*, teknologi optik fiber dan komputer. Dengan begitu, pengguna dengan interaktif dalam membuat pilihan serta menyediakan produk media dengan beragam.

Internet merupakan produk *new media* yang memberikan kemudahan bagi pengguna untuk semakin efektif dan efisien. kemudahan komunikasi tanpa adanya batas ruang dan waktu juga dirasakan oleh manusia dengan adanya internet. selain itu, perkembangan yang terjadi di era digital membuat lapisan masyarakat dengan mudah mendapatkan berbagai informasi dan pengetahuan. Media tradisional seperti koran, televisi dan radio menggunakan pola penyebaran informasi dari satu sumber ke audiens yang lebih luas, dimana pola ini bersifat satu arah dan bahkan tidak ada interaksi timbal balik antara pengirim dan penerima, namun media tradisional telah banyak ditinggalkan masyarakat. Media tradisional membatasi penggunaannya dalam mengakses informasi secara fleksibel dan *real time*. Seiring perkembangan teknologi, memicu berbagai industri turut mengalami perkembangan. Industri media salah satu wujud perkembangan teknologi yang dapat kita lihat serta rasakan dari segi kreativitas hingga teknologi, keuntungan yang ditawarkan oleh internet membuat penggunaanya beralih dari media tradisional ke *new media*. Upaya tersebut

merupakan strategi untuk bertahan di era digital, banyak industri media beralih menjadi media online karena menawarkan tampilan konten yang variatif dan beragam serta akses yang mudah lewat berbagai platform seperti *website*, *blog*, visual grafis dan video (GetCraft, 2020).

Media *online* merupakan sarana informasi dan komunikasi dua arah, yang juga mencakup peningkatan kecepatan penyebaran informasi dengan kapasitas muatan informasi yang dapat ditambah, lebih personal dan terhubung dengan berbagai sumber atau *hyperlink* (Maysari, 2022). Untuk itu, terdapat beragam manfaat yang diberikan media online sebagai fungsi informasi, sosialisasi, pendidikan, diskusi dan perdebatan, pendidikan, memajukan budaya, hiburan dan integrasi. Dengan manfaat dan fungsi tersebut artinya media online memberikan dampak positif untuk menjangkau *audience*, mengembangkan bisnis terutama peluang bagi industri media *advertising* untuk *client* tertarik menempatkan iklannya di media tersebut

KapanLagi Youniverse merupakan salah satu industri media digital yang turut mengikuti perubahan di era digital. Salah satu jaringan media terbesar di Indonesia, KapanLagi Youniverse secara terus menerus melakukan inovasi dalam menghadirkan sebuah konten. Seiring berkembangnya era digital ini membuat kebutuhan masyarakat akan konten-konten yang menarik juga semakin meningkat, KapanLagi menyediakan wadah informasi dalam berbagai bidang seperti Olahraga, *lifestyle*, *beauty*, *entertainment* dan kesehatan.

KapanLagi Youniverse atau yang dikenal dalam singkatan KLY telah juga dengan menyediakan layanan jasa periklanan dalam bentuk *Video Advertisement* untuk berbagai segmen baik brand, instansi pemerintahan dan UMKM untuk menyampaikan informasi dan pendidikan seputar produk mereka kepada audiens secara profesional. Terdapat kurang lebih 200 *brand* berpengaruh di Indonesia telah berkolaborasi dengan KLY sebagai media yang dipercaya untuk menyampaikan informasi melalui konten yang dikemas dalam bentuk iklan dilansir *Kly.id*, *brand* besar tersebut seperti Unilever, Indofood, Shopee, Telkomsel, Lazada, Wings dan sebagainya. Dalam menjaga kepercayaan konsumen, KLY memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan konsumen serta fokus terhadap isu yang ingin diangkat dalam memproduksi *campaign* dalam iklan sehingga dapat meningkatkan

engagement. Bukan hanya memproduksi iklan, KLY juga berekspansi dalam bidang *event organizer* untuk mendukung *campaign* yang dirancang baik secara online maupun *offline*.

Untuk menghasilkan konten yang interaktif baik secara visual maupun penyampaian isi pesan dibutuhkan peran tim *Creative* untuk menuangkan ide atau gagasan kreatif ke dalam sebuah tulisan (Suhendra, 2015) agar dapat direalisasikan dengan baik dan juga tepat sasaran. Tim *Creative* KLY berperan sebagai *content creator* yang memiliki aspek penting untuk menjalankan strategi *content* yang menarik, untuk menunjang hal tersebut dibutuhkan *skill* kreativitas dan kemampuan komunikasi yang terampil. Ketertarikan penulis untuk bergabung dalam tim *Creative* selain karena sebagian sudah dipelajari di beberapa mata kuliah seperti Art & Copywriting, Media production & Channel Management dan Special Event & Brand Activation, juga penulis dapat memberikan implementasi terkait mata kuliah yang sudah dipelajari ke dalam kerja nyata.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Melakukan praktik kerja magang diperlukan sebagai salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, maksud dan tujuan dari kerja magang adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan mendapatkan pemahaman mengenai proses kerja tim *Creative Marketing Communication* di KapanLagi Youniverse.
2. Meningkatkan keterampilan dan mengimplementasikan pengetahuan praktis tentang *digital content* dalam pembuatan konten.
3. Melatih kemampuan bekerjasama dalam tim, *problem solving* di bidang *creative*, menumbuhkan rasa tanggung jawab serta dedikasi dalam bekerja, beradaptasi dan bersosialisasi di lingkungan yang baru.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang di Kapanlagi Youniverse dilaksanakan selama 60 hari kerja, yakni sejak tanggal 5 Desember 2021 sampai 4 Maret 2022. Praktik kerja magang dilakukan dengan cara *hybrid* dimana sistem WFO (Work From Office)

dikombinasikan dengan WFH (Work From Home), tergantung pada kebutuhan di lapangan. Jadwal praktik kerja magang ditentukan di hari Senin-Jumat dengan jam kerja yang fleksibel, saat praktik kerja magang dilakukan dengan sistem WFH maka pekerjaan dapat disesuaikan dengan target pekerjaan yang sudah ditentukan dan diselesaikan dengan baik. Sedangkan saat praktik kerja dilakukan dengan sistem WFO maka waktu disesuaikan dengan jam *shooting* pada hari tersebut. Pelaksanaan praktik kerja magang dibimbing langsung oleh Litha Lathifa Omanda selaku *Creative Officer*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang dilakukan melalui prosedur yang sudah ditetapkan oleh program studi, sebagai berikut :

1. Mempersiapkan mulai dari CV hingga transkrip nilai dari semester 1 s/d 6
2. Penulis mengisi formulir KM-01 sebagai bentuk pengajuan kepada sekretaris ketua program studi Ilmu Komunikasi guna meminta surat pengantar yang nantinya akan diajukan kepada HRD KapanLagi Youniverse.
3. Melengkapi formulir Kartu Kerja Magang (KM-03), Kehadiran Kerja Magang (KM-04) dan Laporan Realisasi Kerja Magang (KM-05).
4. Melaksanakan proses praktik kerja magang di perusahaan sembari melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing secara berkala untuk konsultasi mengenai kerja praktik magang.
5. Menyelesaikan masa praktik kerja magang beserta laporan dan meminta dosen pembimbing untuk mengisi formulir penilaian Kerja Magang (KM-06).
6. Meminta dosen pembimbing dan pembimbing lapangan untuk menandatangani Lembar Verifikasi Laporan Magang (KM-07)
7. Mengumpulkan laporan magang dan melaksanakan sidang magang sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan.