

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masuknya era teknologi digital, keberadaan media tradisional semakin menurun. Hal ini dikarenakan munculnya media digital dan sistem teknologi informasi (Yesi,2015,p.206). Tidak hanya itu , media baru juga mendorong metode baru dalam menyampaikan informasi, termasuk melalui media sosial dan internet sebagai media utama. Berkembangnya media sosial dan internet juga menyebabkan terpuruknya keberadaan media konvensional (Ascharisa, 2017,p.32).

Namun penurunan eksistensi ini menyebabkan media melakukan transisi ke media digital. Dalam hal ini internet dan media sosial mengalami perkembangan dari media konvensional yang sudah berpindah ke digital. Secara tidak langsung, media konvensional yang melakukan pergeseran media yang mengikuti perkembangan teknologi dan mengikuti respon masyarakat (Kusuma, 2016. p.57).

Tidak hanya media, tetapi pekerja media yang terlibat perlu melakukan perubahan dalam observasi, penyuntingan dan penulisan tuk menyesuaikan media digital. Transisi ini disebabkan oleh fakta bahwa penggunaan teknologi juga berkembang, baik sebagai membaca berita, sebagai alat untuk mencari informasi bahkan sebagai program hiburan. Berbicara tentang alat pencarian informasi digital, Internet adalah opsi yang dapat digunakan, Steven Ross menyatakan bahwa situs internet dan elektronik berperan penting dalam mendukung kegiatan jurnalistik. (Quinn and Lamble, 2007).

Kemajuan dalam teknologi saat ini digunakan untuk meningkatkan kegiatan bisnis dan komersial, yang membawa perubahan besar dalam industri. Salah satu perubahan yang terlihat adalah kebutuhan untuk menggunakan media sosial. Dengan adanya internet dan teknologi yang terus berkembang, Indonesia sendiri merupakan salah satu pengguna media sosial terbesar. Melansir data yang didapatkan *Hootsuite*, pada tahun 2021 pengguna internet di Indonesia sebanyak

202 juta, kemudian meningkat menjadi 204,7 juta pengguna pada Februari 2022 (We Are Social & Hootsuite, 2022, p.17).

Menurut Tjiptono, media sosial adalah teknologi berbasis internet yang mempermudah pekerjaan. Dengan media sosial, individu atau organisasi bisnis dapat berkomunikasi secara langsung, cepat dan efektif dengan publik. Dalam aspek ini, Ricky Sitorus menjelaskan perlunya pengelolaan media sosial yang maksimal bagi *PT. Net Visi Media*, yang bisa mengolah media sosial dengan baik untuk meningkatkan hubungan dengan *audience* dari *PT. Net Visi Media*, serta menciptakan *awareness* dan meningkatkan *engagement* (Tjiptono, 2022).

Penulis berminat mempelajari pengelolaan media sosial, mempelajari Pra produksi, produksi, evaluasi hingga penyiaran di Televisi. Dari banyaknya, media penulis melihat cara *PT. Net Visi Media* dalam pengelolaan media sosial sangat efektif. Dalam laporan ini, penulis akan menjelaskan bekerja magang di *PT. Net Visi Media*. Hasil dari pembelajaran yang penulis dapatkan selama menjadi pekerja magang Multimedia, serta hubungan dalam pembuatan konten akan dibahas dalam laporan ini.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Selain menjadi syarat kelulusan Universitas Multimedia Nusantara (UMN), praktik kerja magang dilakukan penulis dengan maksud tujuan berikut :

1. Menerapkan pengetahuan dan keterampilan pembelajaran kampus melalui pelatihan magang sebagai *social media intern* di *PT. Net Visi Media*.
2. Mempelajari strategi yang diaplikasikan *PT. Net Visi Media* untuk meningkatkan di jejaring sosial.
3. Membentuk sudut pandang penulis saat memproduksi konten, khususnya dalam menentukan alur dan metode penyampaian.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai waktu pelaksanaan praktik kerja magang yang ditetapkan UMN, periode magang penulis adalah tiga bulan. Pelaksanaan *intern* di divisi *Content Talent Management* dimulai pada 19 September dan berakhir pada 19 Desember 2022. Waktu kerja penulis adalah setiap Senin sampai Jumat pukul 11:00 – 20:00 WIB. Dalam pelaksanaan, penulis mendapatkan hari libur di Sabtu dan Minggu. Dalam beberapa waktu penulis diberikan kesempatan untuk izin di hari Jumat, untuk melakukan bimbingan skripsi dan kelas *onsite*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Mengirimkan Curriculum Vitae (CV) disertai dengan portofolio kepada *PT. Net Visi Media* melalui alamat email pada 5 September 2022.
2. Mendapat balasan email pada 6 september 2022 dan diminta untuk mengisi data *profiling test* dan data pelamar. Serta dikirim pesan *WhatsApp* yang berisi undangan untuk mengikuti wawancara pada 7 September 2022.
3. Pada 7 September 2022 pukul 14:30 - 14:45 melakukan wawancara melalui *Google Meet*.
4. Mengisi (KM-01) sebagai perizinan tempat magang, dan surat pengantar yang dikeluarkan universitas untuk perusahaan (KM- 02).
5. Mendapatkan balasan email pada 16 September 2022 yang berisikan diterima sebagai pemegang di divisi *content talent management*, dan masuk kantor mulai 19 September 2022.
6. Melaksanakan pelaksanaan kerja magang sebagai *Social media specialist* sesuai isi kontrak, yaitu pada 19 September hingga 19 Desember 2022.
7. Membuat laporan kerja magang di *PT. Net Visi Media* sebagai bentuk pertanggung jawaban terhadap universitas dan perusahaan.