

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial berkembang dengan sangat cepat pada era globalisasi dan sulit untuk dilepaskan dari kehidupan manusia. Selain menjadi media komunikasi dengan cepat dalam cakupan wilayah yang luas, banyak hal lain yang dapat dijelajahi oleh para penggunanya. Media sosial memberikan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan ketika pengguna mengetahui cara yang tepat untuk mengelolanya.

Penulis menyadari bahwa perkembangan media sosial yang terus meningkat di era globalisasi menjadi semakin tinggi lagi karena pandemi Covid-19. Peran media sosial menjadi jauh lebih penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Menurut laporan dari Data Reportal, terdapat 170 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia atau sama dengan 61,8% dari populasi yang ada pada Januari 2021. Dibandingkan dengan tahun 2020, jumlahnya meningkat sebanyak 10 juta pengguna. Hal ini dikarenakan semua aktivitas yang menyangkut banyak orang secara langsung dibatasi dan diharuskan untuk tetap di rumah saja. Setiap orang diharuskan untuk memaksimalkan penggunaan media sosial agar memudahkan semua kegiatan yang tergantikan karena harus meminimalisir pertemuan secara langsung demi mencegah penyebaran virus Covid-19. Salah satunya adalah kegiatan jual beli *online*. Bagi sebuah perusahaan, konten dalam media sosial menjadi hal yang penting untuk melakukan promosi maupun menginformasikan produk yang ditawarkan kepada calon konsumen. Hal ini juga dikarenakan oleh calon konsumen yang tidak memiliki pilihan untuk melihat secara langsung produk yang diinginkan. Konten yang paling sering disampaikan melalui media sosial berupa audio visual.

Gratefulshop merupakan sebuah perusahaan yang menjual aksesoris secara online melalui media sosial, terutama Instagram. Penjualan yang dilakukan oleh perusahaan sangat bergantung pada konten audio visual yang ada di media sosial sehingga perusahaan sangat memaksimalkan pengelolaan media sosial. Karena itu,

penulis tertarik untuk melakukan praktek kerja magang di Gratefulshop sebagai salah satu *content creator* untuk Instagram. Penulis memiliki harapan untuk menambah kemampuan menciptakan audio visual terhadap suatu produk, serta mendapatkan lebih banyak pengetahuan mengenai proses pembuatan konten serta pengelolaan media sosial yang tepat.

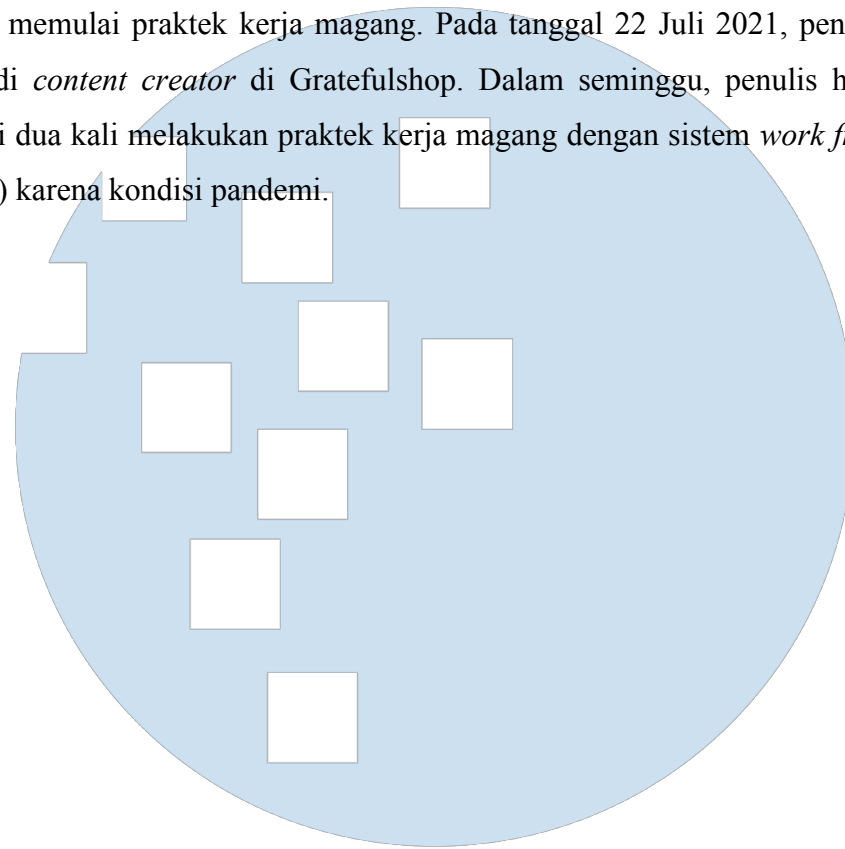
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan penulis dalam melakukan praktek kerja magang yang pertama adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan mahasiswa mendapatkan gelar S-1. Namun, bukan hanya untuk syarat kelulusan, penulis menjadikan praktek kerja magang sebagai suatu kesempatan untuk memiliki pengalaman yang sebelumnya belum pernah didapatkan. Penulis juga ingin menambah kemampuan dalam pembuatan konten media sosial, memahami bagaimana proses dan cara kerja pada suatu perusahaan, mencoba menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan, dan mendapatkan lingkungan baru untuk menambah relasi yang lebih luas.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelumnya, penulis telah mencari lowongan magang dan mengirimkan CV serta portofolio kepada beberapa perusahaan untuk posisi fotografer dan videografer. Namun belum mendapatkan panggilan lebih lanjut. Pada bulan Juli 2021, penulis mendapatkan tawaran untuk melakukan praktek kerja magang di Gratefulshop sebagai *content creator*. Perusahaan meminta penulis untuk mengirimkan CV dan portofolio melalui email. Setelah memenuhi permintaan perusahaan, penulis dan perusahaan membuat janji untuk menentukan waktu wawancara. Penulis melakukan wawancara secara langsung di alamat perusahaan yang tertera.

Satu hari setelah wawancara, perusahaan mengabarkan bahwa penulis dapat segera memulai praktek kerja magang. Pada tanggal 22 Juli 2021, penulis resmi menjadi *content creator* di Gratefulshop. Dalam seminggu, penulis hanya satu sampai dua kali melakukan praktek kerja magang dengan sistem *work from office* (WFO) karena kondisi pandemi.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA