

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media massa adalah salah satu media yang paling sering digunakan dalam saluran komunikasi dan bertujuan sebagai sarana dalam menyebarkan informasi secara menyeluruh atau massal. Media massa dapat diakses oleh seluruh masyarakat, dan jika ditinjau dari segi makna, media massa adalah sebuah alat untuk menyebarkan isi pendapat, berita, informasi, dan juga hiburan (Habibie, 2018). Menurut Hadi et al. (2021), dalam perkembangannya, media massa diawali dengan bentuk yang sangat sederhana, seperti asap, suara, dan gambar. Pada 20.000 SM, asap, simbol atau ukiran, maupun suara tabuh menjadi sinyal komunikasi bagi manusia. Berlanjut pada 1.000 SM, ditemukan piktograf dan hiroglif sebagai awal mula sistem penulisan dengan menggunakan. Pada tahun 100 SM, mulai muncul sebuah media yang berfungsi untuk menyebarkan informasi dengan menggunakan logam tipis, kulit binatang, maupun daun lontar. Di tahun 100 – 44 SM, Julius Caesar kemudian mengumumkan sebuah peraturan agar informasi terkait kegiatan senat disebarluaskan melalui penempelan informasi di papan pengumuman. Hal ini menjadi awal mula jurnalistik.

Pada dekade selanjutnya, media komunikasi semakin canggih dan tersebar luas, seperti radio transistor yang berukuran mini, peralatan sistem bioskop rumah, kaset rekaman suara, hingga adanya mesin fotokopi. Pada tahun 1980-an, perkembangan media baru dan media hibrida (seperti kamera digital, pemutar dan perekam audio, serta telepon seluler) mulai tersebar luas. Di tahun 1995, komunikasi melalui internet dan komputer pun mengalami perkembangan pesat. Di era 2000-an atau era reformasi, teknologi komunikasi telah berkembang pesat dan digunakan dalam kehidupan masyarakat. Media massa konvensional kemudian mengalami pergantian dengan menggunakan media baru. Pada saat inilah disebut dengan konvergensi media. Contohnya adalah perubahan bentuk televisi tabung, besar, dan berat, menjadi *handphone* atau *laptop* yang memiliki bentuk lebih kecil dan juga terjadi perubahan fungsi. Oleh karena itu, teknologi yang digunakan oleh media massa pun mengalami perubahan. Bahkan hingga saat ini, masyarakat dapat dengan mudah mencari informasi dan kebutuhannya dengan

cara mengakses internet melalui televisi maupun *handphone* yang dimiliki (Hadi et al., 2021).

Industri media massa juga mengalami perkembangan. Industri media massa dapat diartikan sebagai industri kreatif yang meliputi seni, hiburan, dan pengetahuan yang akan terus mengalami perkembangan seiring berubahnya kebutuhan manusia (Ri'aeni & Sulistiana, 2017). Pada masa penjajahan Belanda, industri media massa di Indonesia dimulai berkembang. Belanda menerbitkan beberapa surat kabar dalam bahasa Belanda untuk menyebarkan propaganda kolonial. Namun, setelah Indonesia merdeka pada tahun 1945, industri media massa mulai berkembang lebih cepat. Banyak surat kabar dan majalah dibuat untuk menyuarakan keinginan dan memberi tahu orang. Selain itu, kemajuan dalam teknologi komunikasi dan internet telah mendorong pertumbuhan industri media di Indonesia. Munculnya platform digital seperti portal berita, media sosial, dan aplikasi berita telah membuka peluang baru bagi industri media, yang memungkinkan masyarakat Indonesia mendapatkan berita dan informasi dengan lebih mudah dan cepat.

Saat ini, banyak pemain dan korporasi dalam industri media Indonesia aktif dalam mengelola dan menghasilkan konten media. Salah satu perusahaan media paling terkenal di Indonesia adalah Kompas Gramedia, Grup Media, Grup Tempo, Grup MNC, Trans Media, dan Grup Jawa Pos. Masing-masing perusahaan ini memiliki portofolio media yang luas, yang mencakup surat kabar, majalah, televisi, radio, dan platform digital. Kompas Gramedia didirikan pada tahun 1963 oleh P.K. Ojong dan Jakob Oetama, dan merupakan salah satu perusahaan media terkemuka di Indonesia. Sejak saat itu, Kompas Gramedia mengelola berbagai perusahaan media, penerbitan, ritel, dan hiburan, menjadikannya salah satu pemain utama dalam industri media Indonesia.

PT Kompas Media Nusantara, yang juga dikenal sebagai Harian Kompas, merupakan salah satu produk terbaik dari Kompas Gramedia dan telah berhasil menjadi salah satu surat kabar terkemuka di Indonesia. Harian Kompas menawarkan liputan berita yang komprehensif, seimbang, dan mendalam mengenai berbagai topik, termasuk olahraga, politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

Selain itu, Harian Kompas memiliki rubrik khusus seperti "Opini" yang memungkinkan berbagai perspektif dan pendapat disampaikan. Posisi Harian Kompas adalah sebagai sumber berita yang dapat dipercaya dan berkualitas tinggi yang menjalankan jurnalisme independen dan etis. Harian Kompas berkomitmen untuk memberikan informasi yang tepat, obyektif, dan seimbang kepada pembacanya. Selain itu, Harian Kompas mendukung prinsip-prinsip demokrasi dan kebebasan berekspresi serta berusaha untuk meningkatkan dan memberdayakan masyarakat. Penulis memutuskan untuk menjalani program magang di Harian Kompas karena telah memahami sedikit banyak tentang perusahaan tersebut, khususnya karena Universitas Multimedia Nusantara merupakan salah satu entitas dari Kompas Gramedia. Dengan begitu, penulis merasa cocok untuk magang di Harian Kompas karena nilai-nilai yang dianut oleh perusahaan tersebut sejalan dengan nilai-nilai yang saya anut sebagai mahasiswa.

Selama menjalani program magang di PT Kompas Media Nusantara atau Harian Kompas, penulis memperoleh banyak pengetahuan baru terkait departemen *Product Marketing*, khususnya dalam bidang pemasaran produk. Ilmu yang penulis dapatkan berkaitan dengan teknik memasarkan produk kepada konsumen melalui berbagai saluran pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan memahami strategi *marketing funnel*. Menurut Lavidge & Steiner (1961) menjelaskan marketing funnel adalah teori pemasaran dengan memperhatikan tahapan keadaan mental konsumen mulai dari kesadaran merek, pertimbangan pembelian, preferensi merek, dan tindakan pembelian untuk mencapai loyalitas merek. Peran penulis sebagai *Digital Channel Officer* adalah mempersembahkan informasi terkini dan terbaru mengenai produk kepada pelanggan melalui email marketing. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam mempromosikan produk dan konten perusahaan dalam bentuk *onsite-message* dan *push notification*. Oleh karena itu, diperlukan komunikasi yang efektif melalui email karena penulis sering berkolaborasi dengan tim lain dalam membuat *newsletter*. Selain itu, diperlukan ketelitian dan akurasi dalam menggunakan platform perangkat lunak berbasis web untuk pemasaran agar pesan dapat disampaikan dengan baik kepada pelanggan. Adapun penulis mengangkat laporan magang ini

dengan judul “Peran *Digital Channel Officer* Dalam Aktivitas Pemasaran PT Kompas Media Nusantara”

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang penulis bertujuan untuk memenuhi persyaratan akademis dengan bobot 20 sks dari mata kuliah Etika Bisnis Profesional, Pengalaman Industri, Validasi Model Industri, dan Evaluasi dan Pelaporan sebagai syarat kelulusan program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, tujuan penulis melakukan kerja magang di Harian Kompas adalah mendapatkan pengalaman dan kesempatan untuk mengimplementasikan secara langsung teori yang dipelajari selama kuliah.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dilaksanakannya praktik kerja magang di PT. Kompas Media Nusantara adalah sebagai berikut:

1. Merupakan salah satu dari persyaratan kelulusan Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengembangkan pengetahuan yang telah diperoleh selama masa kuliah dalam program studi Manajemen, khususnya dalam pelajaran pemasaran.
3. Menghimpun pengalaman dalam dunia kerja, memperluas kemampuan interpersonal, dan mengeksplorasi tanggung jawab dalam tugas yang diberikan.
4. Meningkatkan pengetahuan tentang cara kerja departemen pemasaran produk di PT. Kompas Media Nusantara, terutama pada strategi pemasaran produk serta membentuk hubungan kerja yang terampil dan terorganisir.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilakukan penulis sesuai dengan standar syarat magang program MBKM yaitu 800 jam kerja. Berikut adalah data pelaksanaan magang penulis:

Nama Perusahaan : PT Kompas Media Nusantara
Bidang Usaha : Industri Media
Waktu Pelaksanaan : 3 Januari 2023 – 31 Mei 2023
Hari Kerja: Senin - Jumat
Waktu Kerja : 08.00 – 17.00 WIB
Posisi Magang : *Digital Channel Officer*
Alamat Perusahaan: Jalan Palmerah Selatan 21 Jakarta Pusat, DKI
Jakarta, Indonesia 10270.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Program magang dilaksanakan dalam tiga tahap, menurut prosedur kebijakan Fakultas Ekonomi Universitas Multimedia Nusantara, yakni:

1. Awal
 - a. Melalui rekomendasi dari teman, penulis mendaftar lowongan magang di Harian Kompas sekaligus mengumpulkan data diri, curriculum vitae (CV), portofolio pada formulir yang telah disediakan dan memilih posisi magang sesuai dengan bidang yang diminati.
 - b. Setelah menerima pemberitahuan dari bagian rekrutmen Harian Kompas bahwa lamarannya diterima sebagai Content Promotion Intern, penulis dihubungi dan ditanya apakah bersedia diproses ke posisi Digital Channel Officer.
 - c. Melakukan interview dengan Mbak Vania (HR Harian Kompas) dan Mbak Tiffany Syifakarnia (Supervisor Digital Channel Officer) melalui Zoom Meeting.

- d. Penulis diterima sebagai pegawai magang untuk jabatan *Digital Channel Officer* di Departemen Pemasaran Produk Harian Kompas.
 - e. Penulis melengkapi formulir MBKM 02 pada web merdeka.umn.ac.id terkait informasi tempat kerja magang, posisi, departemen, uraian tugas, dan supervisor penulis dari divisi yang dipilih.
 - f. Mengumpulkan berkas-berkas sebagai persyaratan magang di Harian Kompas, seperti Surat Pengantar, Transkrip Nilai, dan Surat Pernyataan Tata Tertib Magang.
2. Pelaksanaan
- a. Menghimpun dokumen konfirmasi yaitu Acceptance Letter praktik kerja dari PT. Kompas Media Nusantara dan mengirimkannya melalui situs web merdeka.umn.ac.id.
 - b. Penulis mendapat deskripsi pekerjaan untuk posisi yang akan diisi dan panduan penggunaan platform pemasaran yang digunakan oleh departemen pemasaran produk.
 - c. Melaksanakan praktik kerja magang dan menyelesaikan tugas harian di situs web merdeka.umn.ac.id.
 - d. Penulis memulai menyusun dan menerima arahan mengenai langkah-langkah serta tahapan penyusunan laporan magang bersama dosen pembimbing yang telah ditunjuk oleh Program Studi Manajemen.
3. Akhir
- a. Memastikan supervisor penulis mengisi penilaian kinerja kerja penulis di Harian Kompas pada situs web merdeka.umn.ac.id pada evaluasi 1 dan 2.
 - b. Menyelesaikan tugas laporan praktik kerja magang sebagai persyaratan untuk memperoleh 20 sks pada mata kuliah Internship.
 - c. Memastikan dosen pembimbing memverifikasi laporan kerja magang dan melakukan sidang magang.