

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di zaman sekarang, informasi tidak lagi hanya diperoleh melalui teks yang ada di artikel atau dalam bentuk publikasi cetak. Perkembangan teknologi media saat ini memungkinkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk diintegrasikan dalam praktik jurnalisme dan media guna mengkomunikasikan informasi kepada *audiens*. Materi visual berupa video memiliki potensi memberikan kemudahan kepada pengguna dalam mendapatkan informasi yang cepat. Sosial media adalah platform yang dirancang untuk membuka ruang publik dan berbagi informasi. Dengan adanya media sosial telah mengubah cara audiens berinteraksi, membangun hubungan, dan sebagai sarana pemasaran produk. Menurut Nasrullah (2016), Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, berbagi, kerja sama, dan berkomunikasi dengan audiens secara virtual. Sosial media bergantung pada teknologi berbasis web dan seluler untuk menciptakan platform media yang interaktif dan berbagi konten informasi kepada audiens.

Adanya media baru yang hadir, memungkinkan media konvensional bertransformasi menuju media digital. Platform media semakin banyak dipenuhi beragam konten dan percepatan distribusi informasi menjadi lebih cepat dan menjangkau lebih banyak audiens.

Salah satu faktor pendukung dari digitalisasinya media massa adalah jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat secara signifikan, diimbangi pula dengan pertumbuhan penggunaan teknologi digital seperti media sosial yang terus merangkak naik. Menurut data dari *Hootsuite* dan *We Are Social*, pada 2023 pengguna internet di Indonesia berjumlah 212,99 juta (77% dari total populasi). Adapun penetrasi pengguna media sosial aktif di Indonesia berjumlah 167 juta (60,4% dari total populasi).

Gramedia Pustaka Utama yang merupakan bagian dari Kompas Gramedia, menjadi salah satu dari sekian banyak penerbit buku yang turut aktif menyalurkan informasi melalui media sosial. Gramedia memanfaatkan media sosial dan *website* untuk membagikan informasi tentang buku, dan membuat artikel review buku. Gramedia Pustaka Utama aktif dalam membagikan konten di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan *website*.

Penulis memilih untuk kerja magang di Gramedia Pustaka Utama sebagai bagian dari program magang Track 1. Adapun alasan pemilihan tempat magang di Penerbit Gramedia Pustaka Utama karena merupakan salah satu penerbit buku dan jaringan media terbesar di Indonesia yang sudah lebih dari 40 tahun telah menjadi rumah bagi banyak penulis baik lokal maupun internasional dan buku-buku terbaik di Indonesia. Karya-karya terbitan Gramedia Pustaka Utama juga telah berhasil meraih berbagai penghargaan tingkat nasional dan internasional. Selain itu, Gramedia Pustaka Utama secara aktif turut mendukung pengembangan literasi di Indonesia dan regional Asia Tenggara dengan mengadakan berbagai acara yang dapat diikuti oleh semua kalangan. Tak hanya itu, sudah lebih dari 30 ribu judul buku yang telah diterbitkan serta memiliki jalinan kerjasama dengan lebih dari 200 penerbit asing terkemuka. Hingga saat ini, Gramedia Pustaka Utama berkomitmen untuk tetap memproduksi buku-buku berkualitas dan menjadi agen pembaharuan literasi bagi tanah air.

Gramedia Pustaka Utama memiliki konten yang bersifat multimedia tidak terbatas baik dalam teks maupun konten visual sehingga penulis tertarik untuk melakukan praktik magang di perusahaan tersebut dan ingin mengetahui proses kerja jurnalistik baik dari segi ilmu hingga penerapannya dalam bekerja di sosial media penerbit buku Gramedia Pustaka Utama. Dalam pelaksanaan magang, penulis ditempatkan sebagai *social media intern*. Penulis belajar untuk membuat produk konten berbasis multimedia seperti video, teks, dan audio serta menulis artikel review buku yang dalam penerapannya akan penulis buat sesuai dengan kaidah jurnalistik dan memperhatikan fakta serta objektivitasnya.

Penulis memiliki ketertarikan terhadap bidang jurnalisme di media pemasaran. Maka dari itu, penulis dalam laporan ini mengambil judul “Implementasi Keahlian Jurnalistik dalam Media Komunikasi Pemasaran”. Penulis ingin mengetahui apa saja keahlian jurnalistik yang bisa diterapkan dalam pembuatan konten di akun media sosial penerbit Gramedia Pustaka Utama. Selain itu, penulis juga memiliki bekal dari perkuliahan mengenai bidang tersebut dalam membuat sebuah konten berbasis *mobile* yang dalam proses pengerjaannya bisa menjadi salah satu konsep yang bisa diimplementasikan. Melalui mata kuliah yang telah diajarkan yaitu seperti, *Mobile and Social Media Journalism*, dalam praktiknya terdapat keahlian-keahlian yang bisa diterapkan pada pembuatan konten di sosial media Gramedia Pustaka Utama. Di mata kuliah ini, penulis diajarkan untuk mampu memahami prinsip dan konsep dasar dalam pembuatan *mobile journalism*, seperti pengertian, kelebihan, dan multimedia mindset. Seorang jurnalis juga diajari keterampilan dalam mengambil video, mengedit video, dan mengelola konten

secara efektif menggunakan *smartphone*. Hill dan Bradshaw (2019, p. 26) menjelaskan bahwa *mobile journalism* diartikan ke dalam beberapa sudut pandang, yaitu *mobile journalism* dan *user generated content* (UGC), riset cerita, perangkat *mobile*, dan *mobile* untuk produksi *journalism*. Namun, poin penting yang akan digunakan dalam latar belakang ini adalah poin *mobile* untuk produksi jurnalisme dan perangkat.

Pertama, *mobile* untuk produksi jurnalisme adalah istilah untuk jurnalis yang memiliki kemampuan dalam memproduksi konten seperti mengambil dan mengedit video dan suara. Hal ini muncul sejak perusahaan media sadar bahwa praktik *mobile journalism* ini mampu menghemat biaya hanya dengan “mempersenjatai” jurnalis dengan *smartphone* (Hill dan Bradshaw, 2019, p.26). Kedua, perangkat adalah alat yang memungkinkan user memiliki pengalaman berbeda dibandingkan saat bekerja dengan komputer atau laptop. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, jurnalisme saat ini banyak dikonsumsi melalui perangkat gawai (Hill dan Bradshaw, 2019, p. 26).

Kemudian, ada teori yang penulis gunakan untuk mendukung praktik kerja magang ini yaitu teori brand Journalism atau jurnalisme merek. Menurut Bull (2013), Brand Journalism merupakan pendekatan dalam komunikasi dan pemasaran perusahaan yang mengadopsi prinsip dan praktik jurnalisme tradisional untuk menciptakan dan mendistribusikan konten yang menarik, relevan dan informatif bagi target audiens perusahaan tersebut. Dalam konteks ini, perusahaan tidak hanya fokus pada promosi produk tetapi juga menjadi sumber informasi penting bagi audiensnya. Berbeda dengan jurnalis pada umumnya di perusahaan media, penulis di perusahaan penerbit tidak hanya dituntut harus bisa menulis dengan benar, akurat, dan mudah dipahami audiens. Melainkan, harus menjaga citra perusahaan di mata masyarakat agar terhindar dari berita-berita negatif atau hoaks. Penulis juga dituntut untuk mengetahui nama dan istilah di penerbit Gramedia dan harus memahami model penulisan konten di dalam artikel berita. Misalkan dalam kerja magang, penulis saat membuat resensi buku, harus mampu menulis secara detail isi buku, objektif, menggunakan pola 5W + 1H, dan juga tetap berpegang pada kode etik jurnalistik yang terkait.

Menurut Handley (2014), seorang penulis yang bekerja dalam perusahaan, menulis dan memproduksi video, *blog post*, *website*, dan informasi lainnya harus memberikan nilai ke pasar yang dituju. Hal tersebut dilakukan seperti pembuat konten yaitu menyampaikan informasi produk perusahaan dengan cara yang menarik dengan mengungkapkan cerita mengenai *brand*.

Oleh karena itu, diperlukan peran *social media officer* untuk menjalankan tugas ini, *social media officer* dalam praktik kerja di media pemasaran memiliki peran yang terkait erat dalam pekerjaan jurnalistik di konteks media pemasaran. Menurut Zimmerman (2012), dalam perannya, *social media officer* memiliki beberapa tugas dalam menjalankan tanggung jawab yaitu, pengelolaan konten dengan membuat konten yang menarik untuk dipublikasikan di platform media sosial, menyajikan informasi produk dalam bentuk artikel berita atau konten video untuk meningkatkan minat dan kepercayaan audiens, membangun citra positif melalui penyajian berita atau cerita yang mendukung nilai produk, dan terlibat aktif dalam mengajak audiens untuk berinteraksi dalam konten.

Dalam praktik kerja magang di penerbit Gramedia Pustaka Utama, penulis bekerja dibawah bimbingan dari supervisor sebagai sosial media officer yang telah ditunjuk langsung oleh redaksi di Gramedia Pustaka Utama. Nantinya, penulis diharapkan mampu mendapatkan gambaran tentang dunia media professional. Gambaran tersebut sangat penting bagi penulis agar dapat membangun etos kerja guna meniti karir. Ilmu-ilmu yang didapat berkaitan dengan sosial media (*content creator, videographer, video editing and author of review articles*) juga akan sangat bermanfaat bagi penulis sebagai bagian dari pengembangan diri. Maka dari itu, penulisan laporan magang ini akan mengenai implementasi keahlian-keahlian jurnalistik yang diterapkan dala media komunikasi pemasara

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang ini merupakan salah satu program wajib yang harus penulis ikuti sebagai syarat dari kelulusan untuk mendapatkan gelar sarjana Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Multimedia Nusantara.

Program magang ini penulis lakukan dengan tujuan sebagai berikut.

1. Mendapatkan pengalaman kerja di bagian media sosial dan terlibat langsung dalam proses praproduksi, produksi dan pasca produksi yang akan dipublikasikan untuk audiens.
2. Mengaplikasikan ilmu yang telah penulis dapatkan selama proses pembelajaran kuliah.
3. Menambah pengetahuan tentang meningkatkan *engagement* di media sosial seperti Instagram dan Tiktok serta pengalaman dalam menulis artikel review buku yang objektif sesuai dengan kaidah jurnalistik.
4. Menambah pengalaman dalam pembuatan konten dalam berbagai format multimedia.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Secara mandiri, penulis mengikuti program magang sebagai social media intern di Gramedia Pustaka Utama selama 4 bulan, terhitung 800 jam kerja. Mulai 29 Agustus sampai 31 Desember 2023.

Gramedia Pustaka Utama berkantor di Kompas Gramedia *Building* di Kawasan Palmerah Barat, Jakarta Barat. Penulis melakukan kerja magang secara hybrid, yakni WFO (*Work From Office*) dan WFH (*Work From Home*). Kerja lima hari per minggu umumnya adalah hari kerja di Gramedia Pustaka Utama. Namun, karena penulis ada jadwal kelas pada hari kamis, maka

kerja magang yang dilakukan secara *Work Form Office* adalah empat hari (Senin, Selasa, Rabu, dan Jumat) sedangkan hari kamis diganti dengan *Work From Home*.

Penulis mengikuti kerja magang di salah satu anak Perusahaan Kompas Gramedia, yaitu Gramedia Pustaka Utama sebagai *video maker and editor* di divisi Sosial Media. Penulis mendapatkan informasi mengenai pembukaan lowongan magang Gramedia Pustaka Utama dari *email* Mas Samuel, selaku *Human Resource* dari departemen *Group of Retail dan Publishing*. Setelah menerima informasi tersebut, penulis meminta izin kepada wakil ketua program studi jurnalistik pada saat sesi pembekalan magang, yaitu Veronika Kaban. Setelah beliau menyetujui, penulis mengonfirmasi kesediaan untuk magang di Gramedia Pustaka Utama. Penulis diminta untuk mengirimkan CV dan mengerjakan tes masuk oleh calon supervisor penulis melalui Mas Samuel, yang kemudian penulis kirimkan melalui email. Dua hari berselang, Mas Samuel mengirimkan email berupa undangan untuk wawancara dengan Mba Puji, selaku *Social Media Officer* Gramedia Pustaka Utama dan calon pembimbing lapangan penulis. Penulis juga diminta untuk mengirimkan berkas formulir biodata, transkrip nilai, portofolio dalam bentuk *softcopy*. Pada tanggal 27 Agustus 2023, penulis melakukan wawancara via Zoom. Dalam wawancara tersebut, penulis melakukan presentasi portofolio, perkenalan dengan Mbak Puji dan Mbak Yosefine, selaku supervisi penulis, dan penjelasan mengenai pekerjaan yang akan dilakukan.

Setelah melakukan wawancara, penulis mengurus surat-surat untuk keperluan mata kuliah Internship dari universitas. Penulis mendapatkan surat pengantar magang untuk diberikan kepada Human Resource. Pada hari yang sama, penulis dinyatakan diterima sebagai peserta magang dengan posisi *social media intern*.

Pada tanggal 28 Agustus 2023, penulis diminta untuk datang ke kantor untuk melengkapi berkas-berkas yang diperlukan terkait magang dan juga melakukan submit berkas untuk keperluan web magang merdeka. Kemudian, penulis diminta untuk segera mulai bekerja mulai per tanggal 29 Agustus 2023.