

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Maraknya penggunaan teknologi yang kian membuat segala hal kini mampu tersebar melalui jaringan internet, menimbulkan potensi besar bagi industri pemasaran digital. Internet tidak hanya digunakan sebagai penghubung komunikasi antar individu, bahkan perusahaan juga turut mengembangkan bisnisnya melalui pemasaran digital.

Bill Gates melalui SBWire (2013) pernah menyampaikan "The Internet Is Becoming the Town Square for Global Village of Tomorrow". *Statement* pendiri Microsoft Corporation tersebut berhasil dibuktikan, di mana dunia digital saat ini benar-benar terjadi dalam kehidupan sehari-hari manusia. Sistem komunikasi dapat dilakukan tidak hanya melalui gelombang suara, namun juga visualisasi secara *real time*.

Saat ini peradaban memasuki "Revolusi 5.0" yang mana menurut Siagian (2023), diartikan sebagai penitikberatan integrasi antara teknologi dengan keahlian manusia dan juga inovasi yang dapat mendorong perkembangan sistem produksi menjadi lebih efisien. Pesatnya perkembangan teknologi atau kecerdasan buatan nyatanya mampu menggantikan beberapa pekerjaan yang sebelumnya dilakukan oleh manusia.

Di samping banyaknya pekerjaan yang tergantikan, nyatanya digital secara tidak langsung juga telah membuka lingkup pekerjaan baru. *Digital marketer* atau pemasar digital adalah salah satunya. Badan Pusat Statistik (2022) pernah melakukan Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) pada tahun 2022 dan menghasilkan data bahwa sebesar 66,48% masyarakat Indonesia telah mengakses internet.

Melalui data tersebut, komunikasi digital dapat dikatakan akrab dengan penduduk Indonesia karena jumlah penggunaannya yang telah melebihi setengah populasi masyarakat. Maka dari itu, adanya *platform* digital seperti media sosial

ditujukan untuk menaikkan *awareness* dan menarik minat konsumen terhadap jasa/ produk yang ditawarkan melalui konten yang dipublikasi. Dibaliknya, dipekerjakan para tenaga kerja yang disebut *digital marketer*, pemasar dalam dunia digital yang menggunakan berbagai teknologi digital serta media *online* guna mempromosikan produk atau jasa.

Seorang *marketer* sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan guna mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan, tidak terkecuali perusahaan media massa seperti PT Surya Citra Media Tbk. Bagaimana pertelevisian dapat tetap berlangsung, tentulah membutuhkan kecerdasan dan fisik manusia untuk mampu memproduksi suatu konten. Kecerdasan dalam hal ini ditujukan kepada pembuatan naskah atau ide konten, pengaplikasian alat-alat produksi, hingga proses *editing*. Sedangkan fisik dimaksudkan untuk visualisasi nyata, yakni aktor dan aktris yang memainkan peran (*acting*).



Gambar 1.1 Laporan Data Penggunaan Sarana Digital  
Sumber: Meltwater (2023)

Dalam data produksi Meltwater dan We Are Social yang dipublikasikan oleh Kept (2023) melalui [datareportal.com](https://datareportal.com) terkait Digital 2023 *Global Overview Report*, tercatat bahwa seluruh aspek *digital growth* mengalami pertumbuhan apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Terlihat bahwa penggunaan *mobile phone* tumbuh sebesar 168 juta, diiringi dengan pertumbuhan pengguna

internet sebanyak 98 juta dan 137 juta pengguna aktif dalam *platform* media sosial. Data ini sejalan dengan PT Surya Citra Media Tbk yang kini juga aktif menggunakan *platform* media sosial sebagai sarana komunikasi 2 arah dengan netizen.

Penggunaan media sosial yang tinggi dijadikan salah satu ajang bagi perusahaan untuk berbisnis dan berinteraksi dengan pasarnya. Adieb (2021) menyebutkan bahwa media sosial memiliki beberapa fungsi, diantaranya sebagai manajemen reputasi, berinteraksi dengan pelanggan, meningkatkan *engagement* atau *traffic website*, hingga penyebarluasan informasi seputar perekrutan karyawan.

PT Surya Citra Media Tbk atau lebih akrab disebut SCM memanfaatkan media sosial sebagai salah satu media untuk memasarkan dan mensosialisasikan bisnis, serta berinteraksi dengan pasarnya. Karena bergerak di industri hiburan dan pertelevisian Indonesia, SCM melalui beberapa akun media sosialnya memasarkan produknya yang dalam hal ini berbentuk tayangan atau cuplikan video-video singkat yang diambil dari sinetron di bawah naungan siarannya. Atau dalam hal ini, dapat dikatakan bahwa media sosial bagi SCM berperan untuk mentransmisikan ulang, terkait pesan yang sebelumnya telah ditayangkan melalui televisi.

Semester 7 masa perkuliahan penulis dilalui dengan menjalani praktik kerja magang di PT Surya Citra Media Tbk. SCM yang melalui industri pertelevisiannya, merupakan yang terbesar di Indonesia, menjadi salah satu alasan penulis menerima *offering* 5 bulan *internship*. Melalui kesempatan magang dengan *role Social Media Intellectual Property* (IP) ini, penulis yakin akan menjadi pijakan yang tepat untuk kelanjutan karir penulis kedepannya. Pembekalan yang penulis terima selama masa magang tidak hanya memberikan kesempatan karir dalam sebuah perusahaan, namun juga mampu menjadi *content creator independent* ataupun *freelance*.

Divisi media sosial SCM pada *batch* 5 program Kampus Merdeka ini diketahui termasuk ke dalam divisi dengan penambahan kuota *intern* terbanyak apabila dibandingkan dengan *batch* sebelumnya. Kemudian, disampaikan dalam

*event SCM Graduation Intern* pada 22 Desember 2023 lalu di studio lantai 8 gedung SCTV Tower, bahwa salah satu alasannya didasari karena penghasilan televisi masih tergolong besar, namun tidak dapat dipungkiri apabila saat ini masyarakat sangat aktif bermedia sosial. Maka dari itu, melalui seleksi Kampus Merdeka, diharapkan dengan kemampuan yang dimiliki, para *intern* mampu untuk mentransmisikan pesan kepada khalayak.

*Intellectual Property* (IP) atau kekayaan intelektual sendiri merupakan sebuah hasil yang diproduksi berdasarkan kecerdasan dari daya pikir seseorang, yang mana wujudnya dapat berupa: pengetahuan, seni, sastra, karya tulis, dan sejenisnya. Adapun IP memiliki perlindungan hukum yang disebut Hukum Atas Kekayaan Intelektual (HaKI). HaKI menurut Sutedi (2013) adalah hak atau wewenang untuk berbuat sesuatu terkait dengan IP yang dihasilkan secara legal berdasarkan hukum dan norma yang berlaku.

Situasi pandemi Covid-19 yang terjadi pada tahun 2020 lalu memberikan sumbangsih yang sangat besar terhadap peningkatan dan ketergantungan penggunaan media digital sebagai alat komunikasi dan bisnis. *Social Media* IP pada dasarnya sejalan atau dapat dikatakan sebagai *Social Media Specialist*. Jessica (2023) menyebutkan bahwa *Social Media Specialist* adalah posisi yang memiliki fokus dalam menciptakan konten digital yang kreatif dan menarik bagi beberapa *platform* media sosial. Namun, terdapat kenyataan bahwa tidak semua *content creator* mampu membuat konten yang sukses dilihat oleh banyak orang. Karenanya, dalam mengelola media sosial diperlukan tenaga profesional yang mampu mencurahkan ide dan inovasi agar mampu menarik minat pasar terhadap konten dari produk atau jasa yang ditawarkan.

Sebagai seorang mahasiswa dengan peminatan komunikasi strategis, tentunya penulis telah memiliki pembekalan materi yang siap untuk dipraktikkan ke dalam dunia profesional. Perusahaan PT Surya Citra Media Tbk melalui program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) *batch* 5, memberikan kesempatan bagi penulis melalui penugasan yang ada, untuk dapat meningkatkan kompetensi dalam pembuatan dan penyusunan konten media sosial, serta mengimplementasikan materi-materi dari pembelajaran yang telah penulis tempuh

selama perkuliahan. Sebagaimana diketahui bahwa seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi, tidak hanya mempelajari bagaimana cara berkomunikasi yang baik, namun juga menjadikan komunikasi sebagai salah satu *skill* pemasaran, sehingga mampu menarik minat audiens dan melihat peluang bisnis.

Sebagai *Social Media IP* di SCM, pemegang dapat menerapkan materi dari beberapa mata kuliah yang telah dipelajari di Universitas Multimedia Nusantara, diantaranya: *Growth Hacking for StartUp Business* untuk penugasan *social media set up and monitoring*, *Social Media and Mobile Marketing Strategy* dan *Media Planning* untuk penugasan pembuatan konten dan publikasi, serta *Art, Copywriting, and Creative Strategy* untuk penugasan pembuatan *copy*.

Berdasarkan apa yang pemegang pahami dan terapkan selama proses praktik kerja magang berlangsung, pemegang ingin membagikan gambaran kepada pembaca untuk dapat memahami peran dan tugas seorang *Social Media IP*, khususnya di perusahaan PT Surya Citra Media Tbk melalui penulisan pada laporan ini.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas praktik kerja magang ini dilaksanakan guna menyelesaikan mata kuliah MBKM *Internship Track 2* yang sifatnya adalah wajib di Universitas Multimedia Nusantara, agar mahasiswa/ i mampu untuk mengimplementasikan atau menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam dunia kerja dan mendapatkan pengalaman mengenai lingkungan kerja, sebelum masuk ke dalam dunia profesional.

Di samping itu, tujuan dilakukannya praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

- 1) Memahami dan mempelajari alur kerja seorang *Social Media IP* di perusahaan PT Surya Citra Media Tbk.
- 2) Mengasah kemampuan menulis, analisis, optimalisasi media digital, kreativitas, kerja sama tim, dan manajemen waktu di PT Surya Citra Media Tbk.

- 3) Menerapkan mata kuliah yang telah ditempuh selama semester 1-6 dalam masa perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara. Adapun mata kuliah yang dimaksud adalah:
- 4) Memperluas jaringan atau koneksi, khususnya dengan sesama *digital marketer* yang tentunya menggeluti bidang pekerjaan serupa.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

#### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Total pelaksanaan praktik kerja magang di PT Surya Citra Media Tbk mencapai 97 hari, yang terhitung sejak tanggal 14 Agustus 2023 hingga 31 Desember 2023. Pelaksanaan praktik kerja magang ini sesuai dengan periode waktu yang telah ditentukan, serta disepakati antara pemegang dengan pihak perusahaan PT Surya Citra Media Tbk.

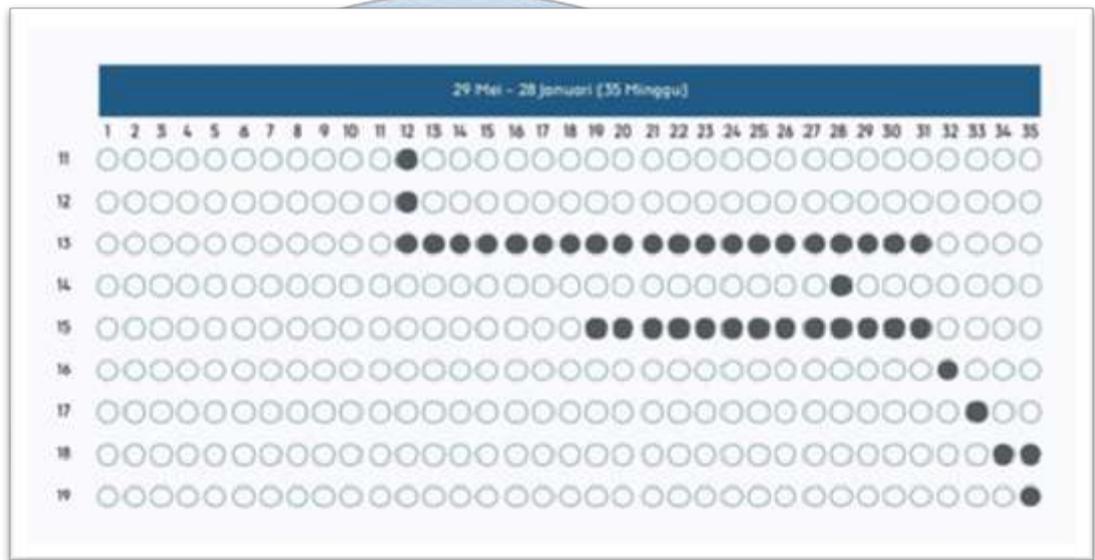
Sistem praktik kerja magang dilakukan secara *hybrid* dengan durasi jam kerja normal selama 9 jam dalam satu hari, yakni hari Senin s.d Jumat pada pukul 08.30 WIB hingga 17.30 WIB.

#### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Tabel 1.1 Lini Masa Magang



N U S A N T A R A



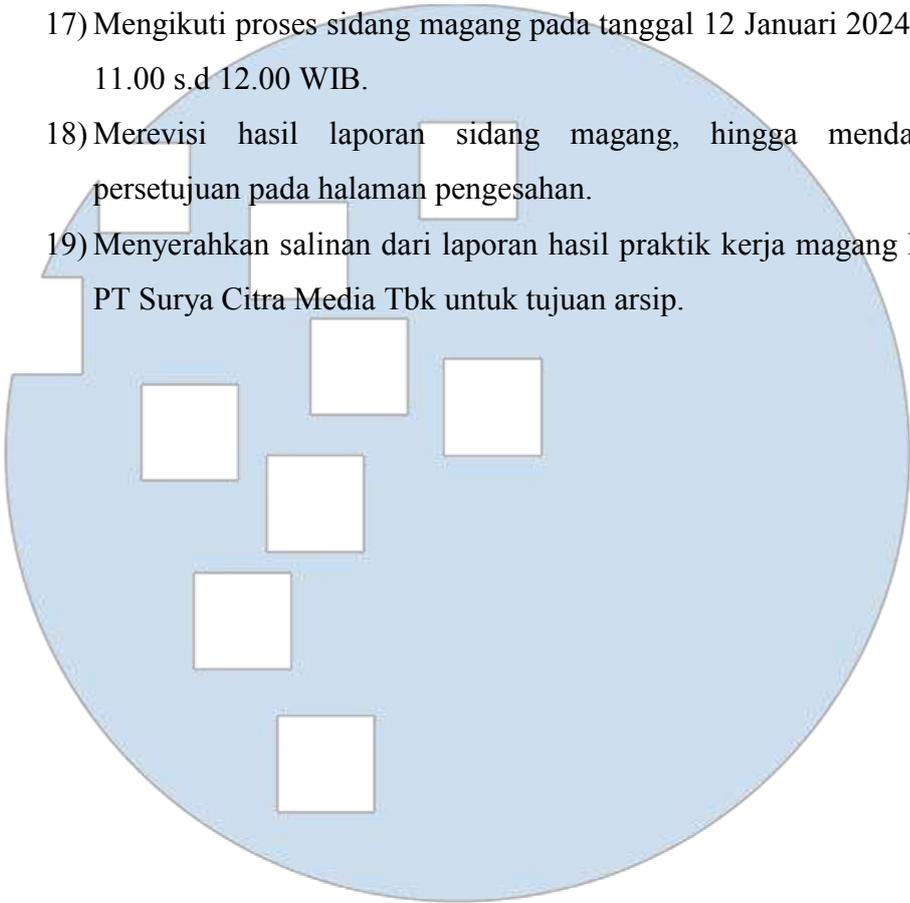
Sumber: Data Olahan Penulis (2023)

Prosedur yang telah dilakukan selama menjalankan kerja magang, mulai dari persiapan hingga pelaksanaan adalah sebagai berikut:

- 1) Mencari tempat magang, sebagaimana tertera dalam buku panduan. Di mana dalam hal ini, perusahaan harus memenuhi kriteria seperti; memiliki situs *web* dan media sosial resmi, berstatus PT atau tergabung dalam P3I (apabila perusahaan agensi), serta memiliki akreditasi yang baik.
- 2) Memutuskan untuk mengikuti MSIB *batch* 5 dari program Kampus Merdeka yang disediakan oleh pemerintah dan mengajukan surat rekomendasi dan SPTJM kepada UMN pada tanggal 29 Mei 2023.
- 3) Menerima surat rekomendasi dan SPTJM dari UMN pada tanggal 14 Juni 2023.
- 4) Melakukan pendaftaran di *website* <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id> pada tanggal 30 Juni 2023.
- 5) Mendapatkan jadwal dari pihak mitra pada tanggal 17 Juli 2023 untuk melakukan *interview* pada tanggal 20 Juli 2023.
- 6) Mendapatkan *offering* untuk perusahaan PT Surya Citra Media Tbk (SCM) pada tanggal 20 Juli 2023.

- 7) Mengajukan nama perusahaan tujuan praktik kerja magang kepada Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, melalui pengisian KM-01 pada tanggal 21 Juli 2023.
- 8) Menerima KM-02 sebagai surat pengantar dari Universitas Multimedia Nusantara pada tanggal 11 Agustus 2023.
- 9) Menerima *Letter of Acceptance* (LOA) dan Surat Penerimaan, Ketentuan dan Pernyataan Peserta Magang Merdeka pada tanggal 11 Agustus 2023.
- 10) Mengikuti kegiatan *National On-Boarding* dari pihak MSIB pada tanggal 14 Agustus 2023.
- 11) Mengikuti kegiatan *On-Boarding Day 1* yang dilaksanakan oleh pihak SCM pada tanggal 15 Agustus 2023.
- 12) Mengikuti kegiatan *On-Boarding Day 2* yang dilaksanakan oleh pihak SCM pada tanggal 16 Agustus 2023.
- 13) Melaksanakan kerja magang sebagai *Social Media* IP – Emtek Ex dan mematuhi seluruh peraturan prosedur yang berlaku di lingkungan PT Surya Citra Media Tbk.
- 14) Penilaian dan evaluasi kerja magang dilakukan sebanyak 2 kali oleh *Social Media Officer* PT Surya Citra media Tbk, yang mana merupakan Mentor magang penulis selama menjalankan praktik kerja magang sebagai *Social Media* IP di PT Surya Citra Media Tbk. Evaluasi ini dilakukan di pertengahan dan akhir masa praktik kerja, sebagai *review* secara keseluruhan untuk pemegang selama menjalani tugas sebagai *social media* IP.
- 15) Membuat laporan praktik kerja magang sesuai dengan pedoman yang telah diberikan oleh pihak universitas, mengikuti pertemuan bimbingan magang sebanyak 4 kali sesuai dengan syarat jumlah minimal, serta melaporkan hasil praktik kerja magang pada saat sidang magang.
- 16) Mengajukan hasil dari laporan magang kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara, untuk dijadwalkan sidang magang.

- 17) Mengikuti proses sidang magang pada tanggal 12 Januari 2024, pukul 11.00 s.d 12.00 WIB.
- 18) Merevisi hasil laporan sidang magang, hingga mendapatkan persetujuan pada halaman pengesahan.
- 19) Menyerahkan salinan dari laporan hasil praktik kerja magang kepada PT Surya Citra Media Tbk untuk tujuan arsip.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA