

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi menentukan perkembangan hidup manusia. Seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi, masyarakat Indonesia dihadapkan kepada era digital yang mana perkembangan informasi digabungkan dengan perkembangan teknologi. Teknologi *Internet* merupakan salah satu bentuk perkembangan dari teknologi ini. Teknologi *internet* dan gawai semakin maju maka media sosial pun tumbuh dengan pesat (Nuraeni et.al., 2015).

Media sosial menjadi salah satu pembahasan yang paling dibahas dalam dunia jurnalistik. Pengguna dari sosial media terus bertambah setiap tahunnya. Dilansir dari KataData.co.id, We Are Social mencatat ada 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2024. Jumlahnya setara 49,9% dari total populasi nasional. Dukungan dari penggunaan *smartphone* yang mobile, semakin mengukuhkan posisi media sosial sebagai salah satu “kebutuhan primer” pada era sekarang, terutama bagi kalangan menengah ke atas (Abadi, 2019, p.18). Masyarakat menggunakan media sosial karena memiliki kebutuhan sosialisasi, eksistensi diri, menggunakan sistem transaksi dan mencari informasi.

Salah satu fungsi media sosial adalah untuk mencari informasi dengan berbagai macam konten. Konten digunakan untuk menyebarkan informasi dan melakukan suatu diskusi di kolom komentar. Konten yang terdapat di media sosial mempunyai berbagai bentuk, mulai dari foto sampai video. Konten menjadi kunci utama yang perlu diperhatikan dalam media sosial karena kualitas konten akan menentukan tersampaikan atau tidaknya pesan yang ingin disampaikan (Sya’adah, 2023, p.3).

Pembuatan konten yang menarik dibutuhkan kreatifitas dan inovatif supaya dapat menarik minat para penonton. Oleh karena itu, dibutuhkan seorang editor yang dapat memberikan konten secara menarik. Peran editor dalam media sosial membuat video dan foto yang di edit memberikan hasil yang maksimal. Menjadi editor melatih kreatifitas dan kesabaran dalam *editing*. Kreatifitas itu yang membuat konten dapat dinikmati dan mudah dikonsumsi. Konten yang diproduksi di media sosial berupa foto dengan tulisan atau video pendek yang biasa

disebut *reels*. *Reels* merupakan video singkat yang berdurasi dari 30 detik sampai 90 detik. Melalui fitur ini Masyarakat dapat menikmati sebuah informasi dalam video singkat dan dapat membantu audience dalam memahami maksud konten tersebut dalam waktu singkat.

Media sosial telah menjadi cara masyarakat untuk mendapatkan segala bentuk informasi yang diinginkan. Hal ini memiliki dampak besar untuk media dalam berbagi informasi bersama. Memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi karena dapat dengan cepat menggaet Masyarakat untuk melihatnya. Platform yang sering digunakan dalam menyebarkan informasi adalah Instagram, TikTok, dan Youtube.

Arus komunikasi dan penyebaran informasi yang sudah pesat membuat berita online, TV, dan Radio mempunyai media sosial. Radio sebagai pusat penyebaran berita melalui audio juga membutuhkan media sosial dalam menyebarkan pemberitaan. Salah satu Radio yang memanfaatkan media sosial MNC Radio Trijaya FM. MNC Trijaya mengusung pemberitaan model radio yang memberikan informasi penting bagi penggemarnya. Selain radio, MNC Trijaya FM juga memanfaatkan media *platform* lain seperti website, berita *online*, Instagram, Twitter, Facebook, dan Tiktok. MNC Trijaya FM menaikkan pemberitaan melalui konten reels TikTok dan YouTube. Hal ini dikarenakan, Konten video singkat dapat menarik minat *audiens* karena fitur *reels* dapat memberikan informasi berupa teks, audio, dan video yang dapat mempermudah *audience* dalam memahami informasi.

Penulis berminat mempelajari peran dan proses menjadi editor media sosial dalam pemanfaatan informasi. MNC Trijaya FM dipilih sebagai pengelolaan media sosial yang efektif. Dalam laporan ini, penulis akan menjelaskan bagaimana cara kerja dalam memberikan informasi berita lewat media sosial dengan MNC Trijaya FM. Hasil dari proses pembelajaran yang penulis dapatkan selama menjadi pekerja magang Multimedia, serta peran dalam pembuatan konten yang akan dibahas dalam laporan ini.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang Selain menjadi syarat kelulusan Universitas Multimedia Nusantara (UMN), praktik kerja magang dilakukan penulis dengan maksud tujuan berikut:

1. Mendapatkan pengalaman kerja sebagai Media Sosial Editor di MNC Trijaya FM.
2. Mempelajari produksi konten video pendek di Trijaya FM.

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 empat bulan atau 640 jam. Pelaksanaan intern MNC Trijaya FM di dimulai pada 07 Februari dan berakhir pada 07 Juni 2023. Waktu kerja penulis adalah setiap Senin sampai Jumat pukul 09:00-18:00 WIB. Dalam beberapa waktu penulis diberikan kesempatan untuk melakukan *Work From Home* (WFH) di hari Selasa dan Jumat, untuk melakukan bimbingan skripsi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Mengirimkan Curriculum Vitae (CV) disertai dengan portofolio kepada PT. MNC Network melalui nomor kontak WA pada 22 Januari 2024
2. Mendapat balasan chat pada 22 Januari 2024
3. Pada 23 Januari 2024 pukul 09.00 – 10.00 melakukan wawancara melalui telepon WA
4. Mendapatkan balasan chat bahwa sudah bisa magang pada tanggal 07 Februari 2023
5. Mengisi (KM-01) sebagai perizinan tempat magang, dan surat pengantar yang dikeluarkan universitas untuk perusahaan (KM- 02).
6. Melaksanakan pelaksanaan kerja magang sebagai editor media sosial sesuai isi kontrak, yaitu pada 07 Januari Sampai 07 Juni 2023
7. Membuat laporan kerja magang di MNC Trijaya FM sebagai bentuk pertanggung jawaban terhadap universitas dan Perusahaan.